



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Jornalismo

# Touchdown:

## Uma análise telejornalística do futebol americano na ESPN

Gustavo Schuabb Duarte

Brasília – DF  
Dezembro/2015



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Departamento de Jornalismo

# Touchdown:

## Uma análise telejornalística do futebol americano na ESPN

Gustavo Schuabb Duarte

Monografia apresentada ao curso de comunicação social da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em jornalismo sob orientação do professor Fábio Pereira.

## Agradecimentos

Agradeço primeiramente à Deus, pelo maravilhoso dom da vida, ter me criado e me guiado até este momento. Sei que através da sua Misericórdia cheguei aqui.

Um profundo agradecimento aos meus pais, pela criação que me deram, a oportunidade de ter tido acesso à educação e chegar nessa instituição. Eles, que sempre me apoiaram nessa caminhada, mesmo quando isso representaria uma total mudança de direção, e me deram condições para que, desde 2009, eu trilhasse o caminho acadêmico, merecem os aplausos por esse trabalho.

À minha companheira e amada Tamyras Oliveira, por todo o suporte nos momentos de fraqueza e por sempre me acompanhar em todos os momentos, inclusive os mais insanos. Seu apoio incondicional, paciência e carinho foi o que me manteve são em muitos momentos.

Aos meus amigos da Universidade de Brasília que sempre me deram força para terminar este estudo, em especial à Karlinha, pelas conversas, conselhos e injeções de ânimo. Ao pessoal do “Acidez”, por todo apoio e incentivo para que eu terminasse as etapas nos prazos e pudesse comparecer aos eventos.

Agradeço ao Prof. Dr. Fábio Pereira, orientador deste estudo, por toda a paciência em ensinar, corrigir, atender e entender esta pesquisa. Mesmo sem saber do se trataria, aceitou o trabalho de orientador do trabalho. De fato, a docência está em suas veias.

Registro também um agradecimento especial para a equipe de esportes americanos da ESPN Brasil, em São Paulo, pela disponibilidade em atender a demanda, e contribuir de maneira decisiva para esta pesquisa. Sem essa possibilidade, nada do que está aqui registrado teria acontecido. Ao Ernane, Tuca, Érico, Antony, Paulo Mancha, Paulo Antunes e Everaldo Marques, o meu mais sincero obrigado! **#tudopeloTCC**

## **Dedicatória**

De todas as pessoas que me ajudaram, houve uma que exerceu uma influência direta na minha vida para que este momento fosse, um dia, realizado.

Dedico este artigo à todas as pessoas que me ajudaram a chegar até aqui, mas em especial ao meu amigo Vinícius Cassela, que foi a pessoa que mais acreditou em mim e me ajudou seguir os caminhos que sempre sonhei. Me aconselhou, me apoiou e sempre me deu força para jamais desistir ou ir pelo caminho mais fácil. Foi o cara que me fez repensar a minha vida, transformá-la totalmente e seguir atrás dos meus sonhos. Valeu, Vinão!

“A amizade é uma predisposição recíproca que torna dois seres igualmente ciosos da felicidade um do outro.”  
(Platão)

## **Resumo**

Este artigo tem como objetivo analisar como é realizada a cobertura do futebol americano profissional e a transmissão de seus jogos no Brasil pelo canal ESPN Brasil. Sob a luz dos conceitos de valores-notícia, rotinas produtivas, relação com as fontes e jornalismo esportivo, o trabalho busca compreender como se dá o processo de produção de notícias sobre um esporte que está em franca ascensão no Brasil, como registrou a última pesquisa do instituto Ibope sobre o tema.

A pesquisa de campo foi levada até a sede da ESPN Brasil, em São Paulo, para uma visita de três dias. Lá, foi possível acompanhar o dia a dia dos profissionais, a produção dos programas e a transmissão de jogos, direto dos estúdios.

**Palavras-chave:** Futebol americano, ESPN, jornalismo, newsmaking, jornalismo esportivo

## **Abstract**

This article intends to analyze how the coverage of professional american football is performed and the transmission of their game in Brazil by channel ESPN Brasil. In light of the concepts of newsworthiness, production routines, relationship with the sources and sports journalism, the work seeks to understand how is the news production process on a sport that is booming in Brazil as recorded the last survey by Ibope institute.

The field research was brought to the headquarters of ESPN Brasil, in São Paulo, for a three-day visit. Here it was possible to follow the daily lives of the professionals involved in the american football coverage, the production of the news programs and the transmission of games, straight from the studios.

**Keywords:** American football, ESPN, journalism, newsmaking, sports journalism

## Sumário

1- Introdução: um pouco sobre o futebol americano e a cobertura da ESPN.....	8
1.1- Objetivo: para além dos três pontos.....	11
1.2- Justificativa.....	11
1.3- Esquema tático: a pesquisa detalhada.....	12
2- Preleção .....	13
2.1- Newsmaking .....	13
2.1.1- Valores-notícia .....	14
2.1.2- Rotinas produtivas .....	16
2.1.3- Relação com as fontes .....	17
2.2- Jornalismo esportivo.....	20
2.2.1- A imprensa esportiva .....	20
2.2.2- Esporte não é sinônimo de futebol.....	24
2.2.3- Qualquer um entende de esporte .....	26
2.3- Aquecimento .....	28
3- Plano de jogo – metodologia .....	30
3.1- Entrevistas .....	32
3.2- Cenário de pesquisa .....	33
3.2.1- Reconhecimento de campo.....	34
3.3- Jogada ensaiada – a teoria na prática.....	35
3.4- Estratégia – a codagem dos dados.....	36
4- Análise – pontapé inicial.....	37
4.1- 1ª para 10 - as rotinas produtivas.....	38
4.1.1- Escalação.....	38

4.1.2- The book is on the table.....	40
4.1.3- Semana NFL.....	43
4.1.4- Transmissões dos jogos.....	45
4.1.4.1- Primeira partida de domingo.....	47
4.1.4.2- Segunda partida de domingo.....	49
4.1.4.3- Sunday e Monday Night Football.....	50
4.2- 2ª para 7: Os valores notícia empregados.....	51
4.3- 3ª para 6: Relação com as fontes.....	54
5- 4ª para 5: Conclusão.....	56
6- Apêndice.....	60
6.1- Transcrição da entrevista com Everaldo Marques.....	60
6.2- Anexo.....	66
7- Referências.....	67

## **1- Introdução: um pouco sobre o futebol americano e a cobertura da ESPN**

O jornalista esportivo Paulo Mancha, em seu livro “Touchdown! 100 histórias divertidas, curiosas e inusitadas sobre o futebol americano” (2015), conta que o futebol americano é um esporte variado do rugby football, esse nascido em 1845 durante um jogo de soccer football, como era chamado na Inglaterra, o ‘futebol da bola redonda’, que é praticado no Brasil. Durante a partida, William Webb Ellis surpreendeu a todos os jogadores quando resolveu pegar a bola com as mãos (o que era proibido pelas regras) e cruzar o campo até o gol adversário. De tão inusitada, a jogada ganhou a aprovação dos companheiros e adversários, que resolveram criar um esporte onde essa prática de pegar a bola com as mãos fosse permitida, e acabou levando o nome da cidade onde aconteceu o fato: Rugby, no condado de Warwickshire, na Inglaterra.

Anos mais tarde, na segunda metade do Séc. XIX, esse esporte chegou aos Estados Unidos, mas, por ser violento e causar uma alta mortalidade, se diferenciou em algumas regras, por ordem do presidente Roosevelt. Na Inglaterra, por exemplo, não é permitido lançar a bola para frente, somente para trás. Já nos EUA, o passe frontal foi permitido. Na Inglaterra, quando um jogador era derrubado, ele era obrigado a entregar a bola a um companheiro de time, sem que a jogada terminasse. Já nos EUA, se um jogador em posse da bola fosse derrubado, a jogada era interrompida e recomeçada do ponto onde aconteceu a queda.

Por conta dessas e outras mudanças, o rugby football praticado nos Estados Unidos passou a se chamar american football, e assim foi criado o futebol americano. Hoje, a National Football League (NFL, a liga profissional) possui 32 times, fãs espalhados pelo mundo e uma imensa cobertura midiática. Em matéria publicada pelo site do canal brasileiro ESPN, a transmissão do Super Bowl XLIX (a final do campeonato), disputado no dia 1º de fevereiro de 2015, igualou a maior audiência esportiva da história dos Estados Unidos: a final da patinação artística dos Jogos Olímpicos de Inverno, em 1994. As duas transmissões alcançaram 49,7 pontos de audiência.



O americano John A. Fortunato publicou um artigo, em 2008, na revista *Journal of Sports Media*, no qual associava a teoria do agenda-setting ao aumento de audiência do esporte nos Estados Unidos. Segundo Fortunato, a partir da modificação feita pela NFL, em 2006, sobre quais canais iriam transmitir os jogos em determinados dias da semana em rede nacional, pode-se notar um aumento de audiência em todos eles.

Canal	Média de espectadores	Aumento em relação a 2005
CBS	15,2 milhões	+1%
FOX	16,6 milhões	+5%
NBC	17,5 milhões	+7%
ESPN	12,3 milhões	+41%

Fonte: Nielsen Media Research, NFL

Como pode-se ver no quadro, o aumento mais expressivo foi do canal ESPN americano. A NFL, em 2006, transferiu a responsabilidade da emissora de transmitir o jogo de domingo à noite, o famoso *Sunday Night Football*, para o de segunda-feira à noite, o *Monday Night Football*. Segundo Fortunato, a associação com o agenda-setting se caracteriza nesse aumento de audiência, visto que a agenda do público foi modificada, já que mais pessoas passaram a assistir os jogos nesse novo modelo de transmissão.

De acordo com Mancha (2015), o primeiro registro de uma transmissão do futebol americano no Brasil foi em 1964, pela TV Tupi. O jogo não foi transmitido ao vivo e o narrador da partida, Walter Silva, desconhecia as regras do jogo, o que causou uma estranheza ao público brasileiro. Com o passar dos anos houveram só transmissões esporádicas, voltando à grade fixa das TVs brasileiras somente a partir de 1991, pela ESPN, de 1994 a 1998, no canal Bandeirantes, e com jogos ao vivo somente a partir do ano 2000, com a BandSports e a ESPN.

No Brasil, o número de fãs do futebol americano vem crescendo a cada ano, mas em 2014, esse número cresceu mais do que a média. Segundo o instituto Ibope, a audiência das transmissões dos jogos, feitas pelo canal ESPN

Brasil, aumentou 132% em 2014, com relação a 2013. O Ibope também divulgou em sua pesquisa que 3,3 milhões de brasileiros se disseram fãs do esporte em 2014, o que representou 3,6% da população àquela época, frente ao 1,2% registrado em 2013.

O Super Bowl XLVIII, disputado em 2014, foi a primeira edição em que a ESPN no Brasil transmitiu em 31 salas de cinema em todo o país, paralelamente com a transmissão na TV a cabo. A edição XLIX, no ano seguinte, registrou uma audiência de cerca de 500 mil pessoas, o que representou cerca de 0,44% dos telespectadores do país, e número 84% maior do que o registrado no ano anterior.

Esse número pode parecer pequeno, mas olhando para outras mídias, como a internet, dá para se ter uma noção do efeito “touchdown” do esporte no país. Na data do Super Bowl XLIX, a *hashtag* (ferramenta do Twitter para marcar determinados assuntos) “ESPNTemSuperBowl49” atingiu o primeiro lugar nos *trending topics* mundial do Twitter, que nada mais é que uma escala que informa qual é a *hashtag* mais utilizada no mundo, naquele momento. Ou seja, durante a duração do jogo, a transmissão do futebol americano feita pela ESPN Brasil foi o assunto mais comentado do mundo na rede social.

A ESPN Brasil é uma filiada do canal americano, e transmite a maioria dos jogos desde 1991. Até 2004, as operações eram na cidade de Bristol, no estado americano de Connecticut. Lá, uma equipe de 15 brasileiros era responsável pela transmissão do futebol americano para o Brasil. A partir de 2005, essa operação foi transferida para o Brasil, a cargo da ESPN brasileira, sediada na capital homônima do estado de São Paulo.

Desde então, a emissora vem aumentando ano a ano o número de transmissões, programas, profissionais e a cobertura. Hoje é considerada a principal referência brasileira no esporte. Atualmente, a equipe conta com três narradores e quatro comentaristas para as transmissões durante a temporada regular e os playoffs (fase de mata-mata). Em época de Super Bowl, a emissora envia sua principal equipe, o narrador Everaldo Marques, o comentarista Paulo Antunes e o repórter André Kfourir.

### **1.1- Objetivos: para além dos três pontos**

Este estudo busca entender como são realizadas a cobertura do futebol americano pela ESPN, canal esportivo televisivo que transmite o maior número de jogos e mais tem programas que abordam o esporte no Brasil.

Também será buscada a compreensão sobre os processos jornalísticos para a realização da cobertura, visto que a emissora não conta com uma equipe própria in loco para fazer a construção das notícias.

### **1.2- Justificativa**

Este estudo é realizado como uma forma de entender como um canal televisivo pode auxiliar na inserção de um esporte tão diferente da cultura brasileira. O futebol americano, por ser um esporte de contatos físicos mais ríspidos e com regras mais complexas, é visto com certa desconfiança por parte do público brasileiro.

Mas desde o começo do século XXI essa visão tem se transformado, enquanto a audiência da ESPN e a cobertura do esporte pelo canal vêm aumentando temporada a temporada. Em 2014, por exemplo, a transmissão do Super Bowl XLIX, segundo o Ibope, teve um aumento de 84% com relação à transmissão do ano anterior.

O estudo também ajuda a compreender que o jornalismo, hoje, consegue se aproveitar da globalização e evolução tecnológica. A prova disso é a capacidade de a ESPN ser o canal televisivo brasileiro com a maior cobertura sobre o futebol americano, mas não possui profissionais nos Estados Unidos para participarem desse processo. Porém, esse fator não impede que a emissora tenha dois programas que abordam o esporte, sendo um exclusivo para o futebol americano, e transmitindo cinco jogos a cada semana para o Brasil inteiro.

### 1.3- Esquema tático: a pesquisa detalhada

Todo esporte possui a sua dinamicidade, e isso é bem acentuado no futebol americano, por conta de suas regras e sua maneira singular de jogar. Esta pesquisa também se mostrou algo bastante dinâmico, com muita similaridade com o futebol americano. Assim sendo, cada capítulo é nomeado com algum processo do esporte, como se também fosse montado jogada a jogada, momento a momento.

Após este capítulo introdutório, a pesquisa segue com mais quatro capítulos: o referencial teórico, aqui chamado de "Preleção", em alusão aos discursos de técnicos aos seus jogadores antes da partida, ditando como deverão ser feitas as jogadas; a metodologia, intitulada "Plano de jogo", uma referência às estratégias utilizadas durante a partida para alcançar os objetivos; a análise, que foi dividida em três seções ("1ª para 10", "2ª para 7" e "3ª para 6"), assim como o número de jogadas que cada time de futebol americano possui, por posse de bola, para atravessar 10 jardas do campo; e a conclusão, intitulada "4ª para 5", sendo essa a última tentativa para conseguir o *touchdown*, a pontuação máxima do futebol americano, conquistada quando um jogador, em posse completo da bola, atravessa todo o campo, chegando à *end zone* do time adversário.

## **2- Preleção**

O objetivo do projeto, descrito anteriormente, é analisar a cobertura da emissora ESPN no Brasil sobre o futebol americano. Para isso, serão analisados os processos de produção da notícia pelos jornalistas. Para fundamentar o estudo, neste capítulo chamado “preleção”, em alusão ao último discurso motivacional que técnicos fazem aos jogadores antes da partida, serão apresentados a perspectiva do newsmaking: os conceitos clássicos de valores-notícia, rotinas produtivas e relações com as fontes. Também será feita uma breve apresentação do jornalismo esportivo.

### **2.1- Newsmaking**

Dentro dessa ideia de compreender a forma como a mídia atribui relevância aos assuntos tratados no noticiário, destaca-se a abordagem do newsmaking. Segundo Wolf, o newsmaking determina “um conjunto de critérios de relevância, que define a noticiabilidade (newsworthiness) de cada evento, ou seja, a sua ‘aptidão’ para ser transformado em notícia” (WOLF, 2005, p. 195):

A noticiabilidade é consituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalista – para adquirir a existência pública de notícia. (WOLF, 2005, p. 195)

Alfredo Vizeu diz que a abordagem da produção das notícias corresponde a um campo muito amplo e diversas literaturas dos estudos do jornalismo. Para ele, a “preocupação central no newsmaking são as articulações, conexões e relações existentes entre a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e dos processos produtivos”. (VIZEU, 2007, apud LAGO e BENETTI, 2007, p. 223)

Também podemos dizer que a noticiabilidade de um fato tem que responder uma série de critérios, sendo avaliados em relação ao grau de integração que ele representa, respeitando o andamento normal das rotinas produtivas do jornal.

Wolf também explica como é organizada a seleção dos fatos que tem verdadeiro potencial para se tornarem notícias. Para ele, “a definição e a escolha do que é noticiável – com respeito ao que, por sua vez, não faz notícia – são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para a ‘condição factível’ do produto informativo a ser realizado em tempos e com recursos limitados.” (WOLF, Mauro, 2005, p. 197)

Mas quem tem o direito de dizer o que deve ou não ser notícia? Segundo Cláudia Lago e Marcia Benetti, os jornalistas tomam para si a credencial de “porteiros”, ou como vemos nas teorias da comunicação, “gatekeepers”, realizando uma espécie de funil entre os fatos que chegam às redações e as notícias que serão publicadas.

No processo da enunciação, eles são submetidos a operações e construções jornalísticas transformando-se em notícias. Os jornalistas, como sujeitos da enunciação, se convertem em mediadores creditados, autorizados, entre a cidadania e o poder, construindo assim uma parte da realidade social. (LAGO, BENETTI, 2007, p. 224)

Além dos jornalistas, outros atores participam desse processo de construção do noticiário: as fontes de informação e suas assessorias de comunicação, as chefias, o próprio público (e a forma como ele é imaginado pelos jornalistas). Neste capítulo, será priorizado o papel dos repórteres (por meio dos valores-notícia e das rotinas produtivas) e das fontes de informação na definição do newsmaking da cobertura esportiva da ESPN.

### **2.1.1.- Valores-notícia**

Sabe-se então que toda notícia é um fato, mas nem todo fato vira notícia. Mas quais são os critérios utilizados? O que torna, de fato, um acontecimento “mais importante” que o outro? Lago e Benetti (2007) e Wolf (2005) chamam esses critérios de noticiabilidade de valores-notícia.

Os valores-notícia são critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção, isto é, não estão presentes só na seleção de notícias, mas participam de todas as operações anteriores e posteriores à

escolha, embora com um relevo diferente em cada situação. Eles são dinâmicos. (LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia, 2007, p. 225)

Segundo as autoras, os valores-notícia se dividem em cinco grupos e, dentro desses, se dividem em outros tantos. Esmiuçar cada grupo não é o objetivo deste trabalho. Vamos nos ater apenas no primeiro grupo considerado, que são as categorias substantivas, que ligam-se ao fato em si e em seus personagens, por ser a categoria mais próxima do que é pretendido encontrar no objeto deste estudo.

Dentro dessa categoria, segundo Vizeu, pode-se notar duas subdivisões: a importância, que é o “grau hierárquico dos indivíduos envolvidos no fato – quanto mais o fato disser respeito às pessoas que ocupam uma posição de destaque na hierarquia social, [...] mais possibilidade tem de virar notícia; impacto sobre a nação e interesse nacional; quantidade de pessoas envolvidas no fato; relevância e significação do fato quanto à sua potencial evolução e consequência” (VIZEU, 2007, apud LAGO, BENETTI, 2007, p. 225 - 226); e o interesse, que “depende muito da perspectiva que os jornalistas têm da audiência e dos seus interesses” (VIZEU, 2007, apud LAGO, BENETTI 2007, p. 226).

Seguindo essa linha, Wolf afirma que as notícias não podem ser selecionadas apenas em um determinado período do processo.

Obviamente, os jornalistas não podem decidir a cada vez, desde o princípio, como selecionar os fatos que aparecerão sob vestes de notícia: isso tornaria o seu trabalho impraticável. A exigência primária é, portanto, a de fazer dessa incumbência uma rotina, afim de torná-la passível de ser cumprida e administrada. Os valores-notícia servem justamente para isso. (WOLF, Mauro, 2005, p. 203)

De maneira mais clara, Wolf diz que: “trata-se, preferencialmente, da lógica de uma tipificação, destinada à realização programada de objetivos práticos e, em primeiro lugar, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos” (WOLF, Mauro, 2005, p. 204).

À luz desses conceitos, o trabalho busca entender de quê maneira as notícias sobre o futebol americano são construídas pela ESPN no Brasil, quais são os valores-notícias empregados e se isso afeta a reprodução de outras notícias que eles consideram que não tenham tanto interesse do público brasileiro que acompanha o esporte, quais os critérios utilizados para definir se uma matéria será utilizada. Será que uma notícia de determinado time veiculada nos Estados Unidos não é veiculada no Brasil porque essa mesma equipe não tem tantos fãs? Notícias relacionadas a determinado jogador tem a mesma importância no Brasil do que nos Estados Unidos?

### **2.1.2- Rotinas produtivas**

Em seu livro, Wolf fala muito sobre os processos produtivos das notícias. Mas o quê são esses processos? Segundo o autor, “o processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil, no qual muitos dados são colocados e apenas um número restrito consegue passar pelo filtro: no entanto, pode-se compará-lo também a uma sanfona, visto que algumas notícias são acrescentadas, deslocadas, inseridas no último momento” (Wolf, 2005, p.256). Já Fábio Pereira junto com Ana Lacerda e Michelle Santos, no artigo ‘As rotinas produtivas na cobertura jornalística da Presidência no Brasil’, cita Nelson Traquina e Schlesinger para definir as rotinas produtivas de jornalistas.

Durante o dia-a-dia da cobertura noticiosa os jornalistas estruturam seu trabalho por meio de rotinas produtivas. Elas permitem que os repórteres transformem acontecimentos em notícias sem grandes sobressaltos (Traquina 1993), se constituem num atalho capaz de facilitar as decisões pessoais dos jornalistas. São também uma forma eficaz de lidar com os constrangimentos do tempo, já que a consciência temporal estaria subjacente à estrutura básica das rotinas (Schlesinger, 1993) (PEREIRA, LACERDA & SANTOS, 2005, p. 3)

No mesmo artigo, os autores afirmam que “por outro lado, as rotinas representam um recorte artificial dos fatos, pois induzem os jornalistas a adaptar a complexidade de um acontecimento ao seu esquema de produção” (2005, p.2). Entendemos esse conceito ao vermos Wolf falar sobre o funil, como citado anteriormente.



Apesar de Pereira, Larcerda e Santos citarem que essa maneira não consegue reproduzir com fidelidade todos os fatos cotidianos, Salvador de León Vázquez afirma que essa é a maneira mais confiável que os jornalistas têm de poder fazer o seu processo produtivo:

Frente às exigências das organizações midiáticas, os repórteres criam rotinas de produção noticiosa mediante as suas práticas periódicas. Cumprir com essas práticas é um critério importante do profissionalismo que a organização toma em conta para manutenção de sua equipe de repórteres. Em suma, não cumprir com as expectativas de dominar tais práticas se considera falta de profissionalismo e o repórter corre o risco de ser sancionado.” (LEÓN VÁZQUEZ, 2003, p. 43)

Nelson Traquina (1993) diz que as notícias são o resultado de um processo de produção definido como percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima num produto:

Os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; a estatificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia numa palavra noticiável.” (TRAQUINA 1993, p. 167)

Dessa forma, busca-se entender como é a rotina de produção da ESPN sobre o futebol americano? Como é feita a escolha dos fatos que serão notícia, aqui no Brasil? Partindo desses conceitos, será analisado o dia a dia dos jornalistas, da sua chegada à redação, até o momento em que se encerra o expediente, sendo um complemento para entender a produção de notícias do esporte.

### **2.1.3- Relação com as fontes**

Mauro Wolf conceituou as fontes jornalísticas como quem se observa ou se entrevista ou apenas quem fornece informação. Para ele, “as fontes são fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos meios de comunicação em massa” (WOLF, 2005, p. 233). Wolf cita o pesquisador italiano G. Cesareo (1981), quando diz que a exposição dos problemas relativos às fontes possui duas partes em distinção: sobre fontes verdadeiras e sobre agências de informação:

“[...] as agências se diferem indubitavelmente das fontes verdadeiras. De fato, elas já se configuram como empresas especializadas, internas ao sistema da informação, e realizam um trabalho que já é de confecção; [...] as agências fornecem ‘unidades-notícia’; situam-se, portanto, num estágio avançado do processo de produção.” (CESAREO 1981 apud Wolf, 2005, p. 233)

Segundo Wolf, há uma diferença entre as fontes. Nem todas são igualmente relevantes, assim como os acessos dos meios às fontes e vice-versa não acontece de maneira uniforme. Para ele, “a rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para o seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção” (WOLF, 2005, p. 235).

O pesquisador norte-americano Herbert Gans diz que o relacionamento das fontes com os jornalistas pode ser comparado a uma dança, “com as fontes que buscam acesso aos jornalistas e estes que buscam chegar às fontes” (GANS, 1979, apud WOLF, 2005, p.235). Aceitando esta ideia, Wolf e Gans dizem que, na maioria das vezes, a dança é conduzida pelas fontes, que transparecem quatro fatores relevantes: os incentivos, o poder da fonte, sua capacidade de fornecer informações fidedignas, e também da sua proximidade geográfica e social dos jornalistas.

Wolf assume que dentre os quatro, o mais determinante é a capacidade da fonte de passar informações boas, fiéis, permitindo às instituições poderem programar as suas atividades a fim de satisfazer a necessidade da mídia de ter eventos para cobrir, com prazos estabelecidos.

Paulo Vinicius Coelho (2003) diz que a amizade entre fontes e jornalistas não combina com a prática jornalística, pois “muitos jornalistas não conseguem amizade de relacionamento profissional. Não é raro ouvi-los elogiar [...] por conta apenas da amizade” (COELHO, 2003, p. 75), mas que esse relacionamento mais íntimo pode ajudar a conseguir informações antes dos demais colegas. Mas, mesmo assim, esse relacionamento pode enfrentar dificuldades.

Duro é separar as duas coisas. [...] Manter fontes boas, seguras e confiáveis requer relacionamento intenso com elas. [...] O melhor a fazer é trabalhar. Manter o contato com a fonte sempre que houver oportunidade. Questionar, perguntar, indagar sobre o que for possível. [...] Mas sempre deixando claro que não se trata de troca de favores. (COELHO, 2003, p. 75)

Zélia Adghirni (1997), em seu capítulo que analisa as rotinas produtivas do jornalismo em Brasília, mostra a dificuldade sobre manter o relacionamento profissional entre os jornalistas e fontes oficiais e traz uma citação do, na época, diretor da sucursal do jornal O Globo, Luís Antônio Novaes:

[...]E chama a atenção para o risco de promiscuidade de relações com as fontes, já que jornalistas e fontes tendem a se encontrar nos mesmos espaços privados e a estabelecer laços de amizade. Isso, na sua opinião, pode ameaçar a obrigatoriedade da isenção da imparcialidade do jornalista. Diz: 'É muito fácil extrapolar o limite do profissional para o pessoal. Não se pode ser rigoroso a ponto de declarar que não se fala com determinada pessoa fora do horário de trabalho. (ADGHIRNI, 1997, p. 458)

Mas nessa dança, há uma hierarquia. Apesar desse contato mais próximo, Zélia deixa claro que o jornalista tem uma “obrigação” em ouvir a fonte, mas é ele quem dá a palavra final se aquele fato será transformado em notícia ou não:

Por outro lado, a fonte procura o jornalista quando quer divulgar algo do seu próprio interesse. Mesmo assim, o repórter não pode fugir de informação alguma. Se uma fonte procura o jornalista e diz que tem algo a contar, seja ela quem for, esta fonte tem que ser ouvida porque quem vai decidir se a informação é válida ou não, é quem faz a notícia: o jornalista. (ADGHIRNI, 1997, p. 457-458)

Essa afirmação contrasta com a ideia de Wolf, quando ele fala que a dança é, na maioria das vezes, conduzida pela fonte, pois, é o jornalista o responsável de direcionar essa dança onde ele quiser, baseado nos critérios de valores-notícia.

Mas como é essa relação no caso da ESPN no Brasil, que não envia uma equipe para acompanhar o futebol americano in loco? O trabalho analisará quem são as fontes, o motivo de escolha dessas fonte e se há alguma parceria com emissoras americanas ou não.

## **2.2- Jornalismo esportivo**

### **2.2.1- A imprensa esportiva**

Li-Chang Sousa (2005), diz que o noticiário esportivo se afirma como jornalismo, indiscutivelmente, “quando as notícias são selecionadas em função dos três critérios caros à moderna atividade jornalística com raízes em meados do século XIX” (SOUSA, Li-Chang, 2005, p. 12). Segundo a autora, esses critérios são a novidade, a factualidade e importância dos envolvidos.

Segundo Paulo Vinicius Coelho, em seu livro “Jornalismo Esportivo” (2003), no início do século XX a sociedade via o jornalista que escrevia sobre esportes como um mero “palpiteiro”, e que essa visão se segue ainda nos dias de hoje. “Palpiteiro sim, daqueles que até hoje enchem as noites de domingo. Nos primeiros anos de cobertura esportiva era assim. Pouca gente acreditava que o futebol fosse assunto para estampar manchetes.” (COELHO, Paulo Vinicius, 2003, p. 7).

Li-Chang afirma que “o esporte está relacionado com aspectos lúdicos da sociedade e, em si, é uma forma de lazer” (p.1). Ela cita José Marques de Melo (2003) para mostrar o momento em que o esporte se cruza com a mídia.

Essa convergência ocorre no momento em que o segundo se converte em conteúdo da primeira. Ou melhor, quando o esporte supera o âmbito do lazer individual ou grupal e se torna uma atividade coletiva, perfilando o universo do lazer de massas (MELO, José Marques de, in SOUSA, Li-Chang, 2005, p.1)

Para Coelho, o jornalistas esportivos sofriam preconceitos da sociedade e de outros jornalistas. Segundo ele, esse comportamento se iniciou a partir de um pensamento da elite brasileira na época, que considerava o conhecimento sobre os problemas políticos e econômicos mais relevantes, por exigir um certo grau de conhecimento intelectual.

Para essa elite, as classes mais baixas, que apenas sabiam ler e escrever, se tanto, e não tinham conhecimento para entender dos assuntos considerados mais sérios, poderiam se preocupar com algo tão supérfluo como

o esporte. “Durante todo o século passado, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade. Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário.” (COELHO, 2003, p. 9).

Segundo Coelho, apenas quando o futebol começou a se tornar uma febre no país, as notícias referentes a esportes conseguiram mais espaços nos principais jornais do país.

“A população, portanto, se apaixonou ainda mais pelo futebol depois da primeira conquista da Seleção Brasileira. [...] Mas foi só a partir do começo dos anos 1940 que o futebol ganhou relatos apaixonados e espaços cada vez maiores. Nos diários cariocas, especialmente. E com colunistas como Mário Filho e Nelson Rodrigues” (COELHO, 2003, p. 15-16).

Li-Chang afirma que o esporte se tornou notícia quando os jornais, primeiramente, depois rádio e televisão, descobriram o esporte, fazendo uma alteração em sua dimensão lúdica, tornando o esporte mais sério do que ele era encarado.

Com esse panorama, diversos periódicos que tentaram se aventurar nas publicações independentes surgiram e desapareceram com muita rapidez, como o Jornal dos Sports, a Revista do Esporte e O Jornal. Segundo Coelho, somente a partir da segunda metade dos anos 1960 o país conseguiu ver uma estabilização dos jornais esportivos.

Já nos anos 1970, segundo Coelho, a visão romanceada do futebol, muito difundida por Nelson Rodrigues, Armando Nogueira e Mário Filho, praticamente sumiu das impressões dos diários esportivos. “A imprecisão diminuiu bastante nas páginas dos anos 1970 em diante, graças ao compromisso da imprensa de contar a verdade. A maneira como o Jornal da Tarde, em São Paulo, fazia jornalismo, ajudou a excluir o mito.” (COELHO, 2003, p. 19)

Li-Chang diz que os jornalistas foram descobrindo o potencial do esporte como notícia, e que essa matéria-prima poderia interessar a todos os públicos.

A primeira e talvez mais importante destas particularidades reduz-se do fato de os acontecimentos esportivos se enquadrarem na categoria de notícias brandas ou leves, que geram uma grande quantidade de histórias de interesse humano. Nesse contexto, a notícia esportiva se enquadra como mais um fator de fuga e entretenimento em meio ao abundante fluxo informativo que caracteriza as sociedades atuais. (SOUSA, 2005, p. 2)

Para a autora, o esporte “também apresenta critérios específicos que se juntam, e às vezes se sobrepõem, aos jornalisticamente universais para nortear a seleção dos eventos” (Sousa, 2005, p. 2-3):

Por convenção, aquilo que foge da rotina do dia a dia é notícia. Mas a busca por este inusitado, por este fora do comum, acabou por transformar a curiosidade em rotina, já que ela é constante nos noticiários. Principalmente no noticiário esportivo onde esta rotina curiosa é o que guia a seleção das notícias relacionadas com agentes que não atendem a outros critérios de seleção. (SOUSA, 2005, p. 10)

Pode-se dizer que o jornalismo esportivo hoje é considerado uma editoria dentro da redação de jornal, mas se difere do jornalismo convencional, como as editorias que tratam de assuntos locais, as de política e as de economia, por exemplo. Segundo Nathália Silveira, ele começou de forma tímida mas, por conta do sucesso dos esportes na sociedade, os jornais viram ali uma maneira de vender mais os seus periódicos. “[...] os primeiros jornalistas esportivos foram escritores subjugados pela emoção da competição [...]. Contudo, o aumento rápido da importância do esporte para o veículo e o público, acabou por incluí-lo como gênero específico do jornalismo” (SILVEIRA, 2009, p. 21).

Li-Chang defende que para a notícia ser veiculada na televisão, ela precisa ter boas imagens, uma grande narrativa, causar impacto emocional e apresentar um potencial bom o suficiente para fazer frente aos outros produtos televisivos. Mas para Coelho, esse impacto emocional não é tão atingido na atualidade. “A noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo. O ponto-chave é que, muitas vezes, tal cobertura exige mais do que noção da realidade.” (COELHO, 2003, p. 22)

Mas o esporte faz parte do jornalismo, ou apenas entretenimento? Segundo Li-Chang: “O esporte está relacionado com aspectos lúdicos da sociedade e, em si, é uma forma de lazer e entretenimento que encontra na mídia uma forma de se posicionar além do lazer e da competição para figurar como espetáculo que garante retorno em venda e em audiência”. (SOUSA, 2005, p.1)

Nathália Silveira afirma que falar de esporte na atualidade vende muito, e não só pequenas colunas, como antigamente, mas publicações inteiras. O motivo para isso, segundo a autora, é que “não há outra ação tão democrática quanto o esporte. Não existe outra atividade humana que consiga unir tantas pessoas de diferentes raças, religiões e ideologias”. (SILVEIRA, 2009, p.36)

A autora afirma que há uma identificação da população com os atletas, devido aos seus feitos, aumentando a popularidade do esporte, e por consequência, a busca por notícias:

O poder de atração das massas é logo percebido, não apenas pelos poderes públicos, mas também pelos meios de comunicação. O esporte passa então a ser estimulado e reaparece o espetáculo. [...] A construção dos ídolos busca fazer com que eles sirvam de exemplos e que, até mesmo quem não pratica ou não tem condição sócio-econômica compatível com o que pede a atividade, queira praticar, atraindo assim a massa e as minorias. (SILVEIRA, 2009, p.43)

E, para ela, “é esse esporte espetáculo que vai promover uma intensa comunicação social, passando pelos meios de comunicação, que são responsáveis pela difusão das competições” (SILVEIRA, 2009, p.45).

Apesar de ser considerado um entretenimento pela autora, o esporte passou a ser visto como um tema que precisava ser mais aprofundado, jornalisticamente:

[...] é um tema que começou a ganhar destaque e que, portanto, precisou migrar da sua fase de apenas divulgação de resultados, para uma veiculação de matérias que abrangem não apenas o acontecimento – jogo, corrida de fórmula 1, entre outros – mas também a preparação, o pós-jogo. (SILVEIRA, 2009, p.45)

No caso da ESPN Brasil, podemos ver esse aprofundamento da cobertura. Sempre antes da transmissão do futebol americano, há o que eles chamam de “Abre o jogo”, onde o narrador e o comentarista do jogo em questão fazem um balanço dos times na rodada passada e previsões para a partida, além dos programas “The book is on the table” e “Semana NFL”. Todas essas abordagens pode ajudar o telespectador a entender cada vez mais sobre o esporte.

### **2.2.2- Esporte não é sinônimo de futebol**

Em sua obra, Coelho cita as dificuldades que o jornalista esportivo tem, no Brasil, de se desvencilhar do futebol. Segundo ele, o brasileiro despertou uma paixão pelo esporte a partir da conquista do 3º Campeonato Sul Americano de Futebol, em 1919, e começou a deixar o remo, até então esporte mais popular, sendo o segundo mais querido do país.

Com os avanços da seleção brasileira e os campeonatos regionais melhorando de qualificação, e até mesmo profissionalizando os jogadores, o futebol foi ganhando mais espaços na imprensa em 1940. Isso, segundo Coelho, resulta em uma maior dificuldade de destaque para jornalistas que querem se dedicar a outros esportes. “[...]se já dá trabalho conquistar reconhecimento na profissão trabalhando com futebol, é muito mais feroz a luta para chegar ao topo com outro esporte.” (COELHO, 2003, p.36)

Diante desse quadro, de acordo com Coelho, os jornalistas que querem se especializar em outros esportes que não o futebol acabam encontrando uma situação em que se veem obrigados a cobrir eventos esportivos diferentes, criando até mesmo uma separação física dos jornalistas dentro da redação.

Nas editorias de esporte, geralmente fica bem separada a equipe que se dedica ao futebol da que faz outras modalidades. Não quer dizer que quem se dedica ao futebol não precise cobrir outro esporte. [...] Quem faz basquete também faz vôlei, atletismo, boxe, etc. (COELHO, 2003, p. 37)

Para Li-Chang, isso tem uma explicação. Ela diz que “as demais modalidades, principalmente as ditas amadoras, não têm o mesmo apelo que o



futebol na sociedade brasileira” (SOUSA, 2005, p. 13). Segundo a autora, apenas a disputa de uma competição pode fazer o espectador se interessar por notícias de um outro esporte.

Coelho diz que isso reflete em uma constatação: de que o jornalista de esporte é um personagem fictício, inexistente. Mas isso acaba gerando uma dificuldade, pois resulta em uma especialização do assunto, e as empresas de comunicação acabam dando preferência a atletas e ex-atletas, que se arriscam no cargo de comentaristas durante as competições, e até mesmo de apresentadores de programas. “Não existe jornalista de esportes. Existe o jornalista, aquele que se dedica a transmitir informações de maneira geral, o especialista em generidades. [...] O mercado não contempla quem quer aventurar-se nessas áreas específicas.” (COELHO, 2003, p. 38)

Não se sabe ao certo quantas e quais são as faculdades e universidades brasileiras que oferecem uma pós-graduação em jornalismo esportivo. Por conta dessa falta de preparação, os jornalistas que se aventuram nos esportes, inclusive os que buscam cobrir outro esporte que não o futebol, sofrem a concorrência direta de ex-atletas, que tem essa noção da realidade, como dito por Coelho, mas não conseguem ser jornalistas, por falta de capacitação acadêmica.

Em nossa observação preliminar, descobrimos que ainda não há nenhum ex-jogador de futebol americano comentando jogos pela ESPN brasileira. Todos os cargos são ocupados por jornalistas especialistas no esporte. Mas justamente por ser ainda um esporte tão distante da cultura brasileira, pode-se concluir que são poucos os jornalistas que se arriscam em cobrir o futebol americano.

### 2.2.3- Qualquer um entende de esporte

Para Coelho (2003), ninguém entende mais de esporte do que um garoto de 12 anos. Segundo ele, o garoto tem tempo de sobra, e quando gosta de algum assunto, consegue se dedicar a ele em tempo quase integral, ouvindo todos os noticiários, acessando todas as páginas de internet sobre o assunto, assiste tudo o que a televisão apresenta.

Mas segundo Coelho, o menino de 12 anos ainda não possui conhecimento jornalístico, e se engana quem pensa que esse saber é somente técnico. Para Coelho, o importante é saber criar uma boa história, priorizar a informação, usar a técnica do lead, todos os atributos necessários provenientes de uma boa formação, defendendo assim a participação de jornalistas especializados nas coberturas jornalísticas.

Nelson Rodrigues foi um dos principais jornalistas esportivos na primeira metade do século XX, e irmão de outro grande cronista esportivo, o jornalista Mario Filho. Depois da morte do irmão, Nelson Rodrigues escreveu uma crônica à revista Manchete, onde disse que “hoje, eu e meus colegas andamos por aí, realizados, bem-sucedidos, [...] e o nosso palpite tem a modéstia de uma última palavra. [...] O que era e como era a crônica esportiva antes de Mario Filho?” (RODRIGUES, 1966, apud CAPRARO, 2011, p. 215-216).

Nathália Silveira afirma que o jornalista precisa ser entendido do assunto para poder retratá-lo com propriedade no texto noticioso. “Para escrever sobre cada assunto específico, é necessário ter um bom conhecimento. Afinal, segundo a Teoria da Cognição, para transmiti-lo, antes, é preciso tê-lo. Não se transmite o que não se sabe” (SILVEIRA, 2009, p.47).

Coelho diz que hoje o jornalismo esportivo sofre de um sério problema: a preferência do mercado por atletas e ex-atletas. Coelho diz que, por terem vivido o clima de competições de alto nível, os atletas podem ser considerados especialistas nos respectivos esportes, mas por não terem, muitas vezes, a formação jornalística, o seu desempenho, fica prejudicado. Ele afirma que o caminho é uma fusão das duas coisas: o conhecimento técnico, proveniente de

uma boa formação acadêmica, e a especialização no assunto, vinda de uma bagagem de conhecimento.

O que se verifica atualmente, no entanto, é a ditadura do oposto. Despreza-se muito o conhecimento teórico adquirido por jornalistas. [...] O comentarista de televisão é geralmente alguém com história dentro do esporte. [...] É como se o jornalismo fosse apenas capacidade de apurar informação. E não precisasse transmitir informação ao receptor com qualidade. (COELHO, Paulo Vinicius, 2003, p. 53)

Coelho se incomoda com essa “intromissão” de profissionais de outras áreas no jornalismo esportivo. Segundo ele, não se vê jornalista esportivo assinando crítica de cinema, mesmo que ele seja aficionado por filmes, e o que ele chama de “preconceito” das outras editorias causa inveja em quem se aperfeiçoou apenas para trabalhar com esportes. “E ainda torcer para que as redações sempre precisem de profissionais com bons conhecimentos sobre vários esportes” (COELHO, Paulo Vinicius, 2003, p. 55).

Segundo ele, o esporte ainda não é unanimidade para as pessoas que ingressam no mercado de trabalho do jornalismo:

Os salários ainda são baixos e a editoria, nos grandes jornais, ainda é passagem para algumas pessoas. Ao mesmo tempo que muita gente sai da faculdade querendo trabalhar com esportes – e isso é uma faca de dois gumes, porque você precisa estar preparado para ser jornalista de qualquer área – muita gente usa a editoria como porta de entrada e pensa em mudar de editoria quando precisa de um salário um pouco maior. (COELHO, 2003, p. 53)

Para Nathália Silveira, há a necessidade de o jornalista esportivo ser uma figura especializada, pois a linguagem do jornalismo esportivo é “superespecializado”. “Mais do que atenção, o jornalista precisa mesmo saber do que está tratando. É impossível, para apenas um jornalista, ter conhecimento detalhado de todos os esportes. [...] É muito melhor conhecer a perfeição dos três, quatro esportes, que ter conhecimento incompleto sobre todos” (SILVEIRA, 2009, p.53-54).

A ESPN Brasil é a referência atualmente na transmissão de esportes americanos, que não passam pelo mesmo quadro do futebol, sendo o trabalho

feito 100% por jornalistas, que são fãs dos esportes. Mas como eles chegaram a esse ponto? O quanto eles precisaram se dedicar por um esporte tão distante da cultura brasileira para poder se considerarem “especializados” nos esportes americanos?

### **2.3 Aquecimento**

Pode-se concluir que o jornalismo esportivo possui barreiras em comum com os outros assuntos jornalísticos, mas também possui os seus problemas particulares.

Ele é uma maneira de entretenimento, que, por ter despertado a paixão das massas, atraiu a atenção dos meios de comunicação, vendo ali uma oportunidade de vender conteúdo e ter audiência, buscando noticiar a informação de maneira cada vez mais profissional, da mesma forma como o jornalismo tradicional, utilizando as teorias do newsmaking, valores-notícia, mas com uma linguagem muito própria, quase um mundo particular, onde fatos acontecem “dentro e fora dos gramados”, e o jornalista precisa estar preparado para compreender esses fatos para repassá-lo ao público, o que exige um conhecimento especializado do profissional responsável pela cobertura do esporte.

E por ser muito próximo da sociedade, o jornalista esportivo tem o seu trabalho avaliado e julgado de maneira muito mais intensa, como afirma Nathália, “está sempre sofrendo pressões. A primeira delas vem dos torcedores. Escrever sobre esportes é lidar com algo que talvez outras editorias não tenham tão destacado: a paixão” (SILVEIRA, 2009, p. 60). A autora também diz que há a pressão exercida pelo próprio jornalista, pois ele pode ter trilhado o caminho do jornalismo esportivo justamente por ter sido um torcedor fanático pelo esporte na infância/adolescência. O jornalista nunca deve perder essa paixão, pois isso faz com que ele seja cada vez mais dedicado ao que faz, mas isso o obriga a ser um profissional cada vez mais especializado e isento.

Através dos conceitos trazidos, a cobertura do futebol americano pela ESPN Brasil será analisada, a fim de identificar como é o processo de produção da notícia, do seu começo até a sua publicação, como é o dia a dia dos jornalistas que cobrem o esporte, o que eles consideram notícia para o Brasil e os critérios utilizados para essa seleção, se eles se consideram especialistas no esporte, e como eles conseguiram alcançar esse “status” de referência no país. A seguir, serão definidos os prosseguimentos metodológicos utilizados na análise

### 3- Plano de jogo – metodologia

Para chegar às respostas das perguntas feitas no capítulo introdutório, houve a necessidade de realizar uma pesquisa de campo, analisando in loco do processo de cobertura do canal ESPN Brasil sobre o futebol americano, tanto das transmissões de jogos, quanto de produção e divulgação das notícias. Como são feitas as transmissões dos jogos de futebol americano? Como é a seleção das notícias, de onde elas são tiradas? Qual a rotina dos jornalistas que trabalham em cobrir o esporte? Para Isabel Travancas, a etnografia é uma descrição densa, que “se distingue da descrição clássica por ser interpretativa e também por estar interessada nos detalhes microscópicos” (TRAVANCAS, 2010, p. 1).

Segundo Michael Angrosino, a etnografia significa a descrição de um povo, de maneira literal. “Assim sendo, é uma maneira de estudar pessoas em grupos organizados, duradouros, que podem ser chamados de comunidades, ou sociedades.” (ANGROSINO, 2008, p.16).

Já Travancas cita o antropólogo Bronislaw Malinowski, considerado o primeiro a realizar a elaboração da ideia de um método de trabalho aplicado a esse tipo de pesquisa e que diz que “a finalidade primeira e básica da pesquisa de campo etnográfica é oferecer uma descrição clara e nítida da constituição social e distinguir as leis e regularidades de todos os fenômenos culturais das irrelevâncias” (MALINOWSKI, 1980, apud Travancas, 2010, p.1). José Guilherme Magnani define assim a etnografia:

[...] é possível postular, de uma maneira sintética, que a etnografia é uma forma especial de operar em que o pesquisador entra em contato com o universo dos pesquisados e compartilha seu horizonte, não para permanecer lá ou mesmo para atestar a lógica de sua visão de mundo, mas para, seguindo-os até onde seja possível, numa verdadeira relação de troca, comparar suas próprias teorias com as deles e assim tentar sair com um modelo novo de entendimento ou, ao menos, com uma pista nova, não prevista anteriormente. (MAGNANI, 2010, p. 135)

O pesquisador português Nelson Traquina (2005) afirma que “o processo de profissionalização no jornalismo tem levado à constituição daquilo a que Zelizer chamou uma ‘comunidade interpretativa’ ou, como nós preferimos, uma ‘tribo’” (TRAQUINA, 2005, p.24). Segundo o autor, esse termo “tribo” pode transmitir “a ideia de que os membros desta comunidade são homens e mulheres de ação, marcados por uma atitude de anti-intelectualismo” (TRAQUINA, 2005, p.24). Ele cita David Altheide (1976), afirmando que os jornalistas acabam por partilhar um “pensamento de grupo”, e também Tony Atwater e Frederick Fico (1986), afirmando que “as semelhanças na cobertura noticiosa sugerem um sistema de valores comuns entre as organizações - um sistema reforçado pela [...] proximidade, a partilha da informação, e a observação do trabalho de outros jornalistas” (TRAQUINA, 2005, p.26).

A etnografia foi escolhida porque possibilita descobrir detalhes importantes que muitas vezes não podem ser vistos apenas com uma observação à distância, sem ter contato próximo com os atores envolvidos, o que é primordial para o entendimento desta análise. Magnani afirma que o importante não é a quantidade de detalhes. Segundo ele, “não é a obsessão pelo acúmulo de detalhes que caracteriza a etnografia, mas a atenção que se lhes dá: em algum momento, os fragmentos podem arranjar-se num todo que oferece a pista para um novo entendimento” (MAGNANI, 2009, p. 136).

Dessa maneira, o acompanhamento do processo através da observação se torna essencial. O antropólogo francês Claude Lévi-Strauss cita a importância de o pesquisador mergulhar em seu campo de pesquisa:

É por uma razão muito profunda, que se prende à própria natureza da disciplina e ao caráter distintivo de seu objeto, que o antropólogo necessita da experiência do campo. Para ele, ela não é nem um objetivo de sua profissão, nem um remate de sua cultura, nem uma aprendizagem técnica. Representa um momento crucial de sua educação, antes do qual ele poderá possuir conhecimentos descontínuos que jamais formarão um todo, e após o qual, somente, estes conhecimentos se “prenderão” num conjunto orgânico e adquirirão um sentido que lhes faltava anteriormente. (Lévi-Strauss, 1991, apud Magnani, 2009, p. 133)

A etnografia, segundo Angrosino, é indutiva, ou seja, é conduzida “de modo a usar um acúmulo descritivo de detalhe para construir modelos gerais ou teorias explicativas”(ANGROSINO, 2008, p.31).

### **3.1- Entrevistas**

Além da observação, a pesquisa exige que os jornalistas envolvidos no processo (repórteres, produtores, narradores, comentaristas) sejam entrevistados para que eles possam explicar, de maneira detalhada, o passo a passo da cobertura jornalística. Por isso, o pesquisador é chamado por Angrosino de “observador-como-participante”.

[...] o pesquisador faz observações durante breves períodos, possivelmente visando a estabelecer o contexto para entrevistas ou outros tipos de pesquisa. O pesquisador é conhecido e reconhecido, mas relaciona-se com os “sujeitos” da pesquisa apenas como pesquisador. (ANGROSINO, 2008, p. 75)

Como há a definição sobre os objetivos deste estudo, as entrevistas obedecem a um roteiro com algumas perguntas pré-determinadas. Segundo o autor:

[...] ao contrário da entrevista aberta, que pode rondar livremente a área delineada pelas questões gerais da pesquisa, a entrevista semiestruturada segue de perto o tópico escolhido [...] e apresenta questões destinadas a extrair informação específica sobre aquele tópico. (ANGROSINO, 2008, p. 67)

A entrevista com perguntas pré-determinadas ajuda a conhecer a realidade de um local desconhecido, saber os procedimentos que são utilizados, e manter uma relação, mesmo que seja apenas pesquisador-entrevistado, mas que ajuda a construir uma familiaridade entre os atores que participam do processo. Isso pode ajudar a “quebrar o gelo” com os entrevistados da pesquisa, abrindo a oportunidade de acompanhar, com detalhes cada vez mais profundos, o processo de cobertura feito pelo canal.



Ele também é utilizado como um guia, um roteiro de pesquisa, onde o pesquisador pode, quando necessário, consultar. Nas entrevistas, por exemplo, o bloco de notas é onde o pesquisador registra perguntas e repostas, previamente determinadas, de acordo com os objetivos do estudo. Durante o período de análises, foram escolhidos alguns atores específicos para serem entrevistados: Tuca Moraes, diretor de conteúdo da NFL; Ernane Siqueira e Érico Lotufo, produtores responsáveis pelas transmissões; e Everaldo Marques, principal narrador das exibições de futebol americano pela ESPN. Essa escolha aconteceu a partir das funções que exerciam no processo de transmissão, para poder entender, a partir de uma visão dos próprios atores, como é realizado o processo e o tamanho da responsabilidade do canal na difusão do esporte no país.

### **3.2- Cenário de pesquisa**

Os estúdios e redação da ESPN Brasil ficam no cruzamento das ruas Catalão e Piracicaba, no bairro de Sumaré, na cidade de São Paulo (SP), sendo necessário um deslocamento de Brasília até a capital paulista.

Ao contrário de outras redações, como a da TV Globo e do Correio Braziliense, em Brasília, a redação da ESPN não possui uma identificação clara dentro das “editorias” que a emissora aborda. Os profissionais responsáveis pelos esportes americanos ficam no canto direito, na última fileira de computadores, mas dividem espaço, e até mesmo os computadores, com profissionais de outros esportes.

No total, são três estúdios onde todos os programas da emissora são gravados, sendo dois no andar superior e um no subsolo. Cada estúdio possui a sua própria sala de comando, que eles chamam de “switch”, que possuem a sua equipe própria. Para usar o estúdio, os produtores precisam marcar com antecedência o uso do local.

Apesar dessa marcação, existe uma regra de prioridades, a depender do programa que será gravado. Esse passo será explicado no capítulo de análise. O local também possui camarins, onde os profissionais podem dispor de

vestuários próprios da ESPN, caso queiram, e fazer a maquiagem antes de gravar o programa ou entrar ao vivo, e uma cafeteria.

### **3.2.1- Reconhecimento de campo**

Para poder ter acesso ao local, foi preciso entrar em contato com a equipe de produção de futebol americano, por e-mail. Este processo foi bem parecido com o descrito pela pesquisadora Isabel Travancas em sua pesquisa de pós-doutorado, realizada em 2007:

Na pesquisa de Pós doutorado (2007) sobre o Jornal Nacional e sua recepção por estudantes universitários minha entrada no primeiro campo – a redação do telejornal – foi totalmente diferente da experiência ocorrida 15 anos antes. [...] Pediram-me que enviasse um fax com todos os dados e que mais tarde me ligariam. Não acreditei. Para minha surpresa durante a edição do JN, me telefonaram dizendo que o Bonner tinha lido meu fax e pedia que eu lhe enviasse um email para marcar a visita. Logo escrevi e no dia seguinte ele me respondeu e agendamos para uma semana depois. (TRAVANCAS, 2010, p.7)

Segundo ela, a oportunidade de permitir a presença de pesquisadores dentro de suas redações “explicita uma postura, não apenas da empresa, como do próprio editor em relação ao jornal e à importância de facilitar seu acesso aos pesquisadores.” (TRAVANCAS, 2010, p.7).

Para conseguir marcar essa visita, foi feito um esforço para estabelecer um contato durante um mês e meio, recorrendo a perfis em redes sociais e trocas de e-mails com funcionários da empresa. A confirmação da visita ocorreu no dia 15 de setembro, tornando-se uma data icônica, pois coincidiu com o dia de abertura da temporada regular da NFL. A confirmação veio após contato do produtor Érico Lotuffo, um dos responsáveis pelos programas sobre futebol americano no canal.

As visitas foram agendadas nos dias 23, 25 e 26 de outubro, sendo o dia 23, uma sexta-feira, o único em que não há transmissões de jogos, apenas a produção do programa 'The book is on the table', que fala sobre esportes

americanos mais populares, como basquete, beisebol e hóquei no gelo, mas que, durante a temporada da NFL, dá uma evidência maior ao futebol americano. Já nos dias 25 e 26 de outubro há a transmissões dos jogos, acompanhadas diretamente dos estúdios de transmissão. No dia 26, antes da partida, há a exibição do programa 'Semana NFL', que faz um resumo da rodada, começada na quinta-feira da semana anterior, com análises dos comentaristas, além de previsões e debates sobre o jogo que será transmitido após o programa.

### **3.3- Jogada ensaiada - a teoria na prática**

Os dados colhidos para esta pesquisa respeitaram os conceitos apresentados sobre rotinas produtivas, newsmaking e relação com as fontes, presentes no capítulo teórico. As informações foram descobertas, por parte do pesquisador, através do acompanhamento do trabalho dos profissionais, fazendo questionamentos quanto ao processo, e entrevistas individuais, em que os entrevistados não interromperam suas atividades para responderem às perguntas.

Para registrar esses dados, foi utilizado um bloco de anotações, onde as informações eram datadas, descritas e atribuídas aos atores de acordo com as suas funções. Em apenas uma oportunidade, na entrevista com o narrador Everaldo Marques, foi necessário o uso de gravador para registrar a entrevista. Esse recurso foi utilizado pela impossibilidade de acompanhar o entrevistado por mais tempo, sendo essa a única oportunidade de registro da conversa.

Durante as visitas à ESPN, os produtores foram mais acompanhados do que outros profissionais, como os narradores e comentaristas de jogos, pelo motivo de exercerem, de maneira mais intensa, a preparação e produção dos programas e transmissões de jogos.

Com essa escolha de acompanhamento, a etnografia se confirmou como o melhor modelo de observação de pesquisa, visto que a presença do pesquisador em nada alterou a rotina de trabalho dos profissionais do local, mesmo em alguns momentos onde os atores envolvidos eram interpelados

com questionamentos sobre o processo produtivo, e acompanhados em diversos locais pela redação, com o pesquisador sempre à espreita.

### **3.4-Estratégias - a codagem dos dados**

A pesquisa busca esclarecer como são realizadas as transmissões a partir de três conceitos vinculados à perspectiva teórica do newsmaking: rotinas produtivas, valores-notícia e relação com as fontes. Apesar de haver essa separação no papel, é necessário estabelecer um critério para identificar, na prática, qual dado é referente a qual aspecto.

Nesse quesito, as entrevistas se uma fonte importante de geração de dados, pois nesse momento foi possível identificar e reforçar, a partir das respostas, qual parte do processo respeitava cada aspecto teórico. Por exemplo: durante a entrevista com o produtor Érico Lotufo, ele pode ser questionado sobre quais os critérios para a seleção de notícias e escolhas dos jogos, uma clara referência aos valores-notícias. Outro exemplo foi, durante a entrevista com Tuca Moraes, o narrador Everaldo Marques interrompeu a conversa para mostrar como é feita a captação de notícias, dados e estatísticas de jogos e jogadores, através de um sistema integrado chamado Slack, que será detalhado no próximo capítulo.

Durante as observações, esses aspectos ficaram mais difíceis de serem enxergados, tornando-se necessário que o pesquisador dialogasse com um dos atores sobre determinado dado, para que fosse identificado e relacionado a um dos três aspectos teóricos.

Dessa maneira, as observações realizadas foram, em quase sua totalidade, importantes para poder descrever as rotinas produtivas dos atores, e através das entrevistas é que foram conseguidos os dados referentes a relação com as fontes e valores-notícia.

#### **4- Análise - Pontapé inicial**

As rodadas de jogos da temporada regular da National Football League (NFL) começam às quintas-feiras, passam pelo domingo e finalizam na segunda-feira. Por conta disso, a visita à redação da ESPN aconteceu nos dias 23 (sexta-feira), 25 (domingo) e 26 (segunda) de outubro de 2015. A data do dia 23, conforme citado anteriormente, foi escolhida pela transmissão do programa “The book is on the table”. Nesses dias, pode-se analisar e verificar profundamente todo o processo de produção e divulgação de notícias referentes ao futebol americano, assim como a escolha e transmissão dos jogos pela emissora.

No futebol americano, os times são divididos em três equipes: o ataque, a defesa e os especialistas, que entram em determinados períodos do jogo, com jogadores específicos para cada atuação.

O jogo funciona, resumidamente, da seguinte maneira: o time de ataque possui quatro chances para cruzar 10 jardas do campo. Caso o objetivo seja alcançado, a equipe mantém a posse de bola, até chegar à “end zone”, objetivo maior do jogo, com a pontuação variando entre 7 e 8 pontos. Caso não consiga em três tentativas, o time pode decidir usar a última para chutar a bola entre as grandes traves amarelas, ganhando três pontos, devolver a bola ao adversário através de um chute para o fundo do campo, ou tentar a “quarta descida”. Se não conseguirem alcançar a marca na quarta tentativa, o adversário começa do ponto onde a jogada terminou.

Como a pesquisa possui três conceitos das teorias do jornalismo (valores-notícia, rotinas produtivas e relações com as fontes), este capítulo também é dividido em três, assim como as tentativas de jogadas para conquista de jardas no futebol americano, com cada subcapítulo trazendo a análise da vivência no campo de pesquisa. A quarta tentativa será destinada ao capítulo de conclusão do estudo.

#### **4.1- 1ª para 10 - as rotinas produtivas**

A ESPN é responsável por transmitir as principais ligas de esporte americano, como a National Football League (NFL), a National Hockey League (NHL), a National Basketball Association (NBA) e a Major League Baseball (MLB). Por conta disso, os profissionais envolvidos na produção da NFL também trabalham com as outras três ligas. Por não ser objeto deste estudos, os profissionais que não se envolvem com a NFL não foram acompanhados durante a pesquisa.

A equipe de produção responsável pelos programas e transmissão dos jogos de futebol americano na ESPN conta com um diretor de conteúdo e dois produtores: Tuca Moraes, Érico Lotuffo e Ernane Siqueira, respectivamente. Essa equipe, durante a semana, é responsável por produzir todo o conteúdo dos programas 'The book is on the table' e 'Semana NFL', além dos seis jogos que a ESPN transmite a cada rodada semanal, sendo que as rotinas produtivas de cinco jogos foram analisadas, pois duas partidas às 18h30 aconteciam paralelamente, impossibilitando a análise in loco.

##### **4.1.1- Escalação**

Neste início, é necessário fazer uma identificação dos principais atores envolvidos no processo de transmissão do futebol americano, como os produtores, narradores e comentaristas.

Tuca Moraes nasceu na Bahia, tem 35 anos, e é formado em uma universidade do estado americano da Pensilvânia. Lá, trabalhou na ESPN americana, participando da equipe de brasileiros que transmitia a NFL para o Brasil direto da sede da emissora, na cidade de Bristol. Foi transferido para o Brasil em 2005, para continuar com os trabalhos feitos por lá na sede brasileira. Hoje é gerente de produtos da NFL e o responsável por determinar o que entra e o que não entra no ar, além das escalas de trabalho dos produtores.

Érico Lotuffo tem 25 anos, é formado pela Universidade Metodista de São Paulo, e chegou até a ESPN através do programa de estágio da emissora.

Após o período de dois anos, foi efetivado, e trabalha com esportes americanos “por pura sorte, já que fui sempre fã de NHL e NBA”.

Ernane Siqueira é o produtor com menos tempo de casa, apenas um mês e meio. É formado na Universidade Anhembi Morumbi, e foi chamado para integrar a equipe após o fechamento do canal esportivo “SPORTS+”, exclusivo da TV por assinatura SKY.

Everaldo Marques tem 38 anos, e trabalha na ESPN desde 2006. É o narrador que mais tem identificação com o esporte no país, e o mais reconhecido pelo público. Formado pela FIAM/FAAM SP, chegou à emissora depois da vinda de brasileiros da ESPN americana para transmitir o futebol americano. Também narra a NBA, alguns jogos de futebol europeu, tênis, judô, entre outros esportes. É acompanhando pelo comentarista Paulo Antunes nos jogos *prime time*.

Paulo Antunes tem 37 anos, formado pela universidade de Sarasota, na Califórnia, especialista dos canais ESPN em esportes americanos, comentando jogos das quatro grandes ligas profissionais. Chegou à emissora junto com Everaldo Marques, em 2006.

Rômulo Mendonça tem 32 anos e é o narrador que possui o posto de “número 2” nos esportes americanos. Formado pela PUC-MG, fez testes para entrar na ESPN em 2008, mas a contratação foi cancelada por falta de verbas da emissora. Em 2011, fez novamente os testes e foi contratado, definitivamente. É conhecido pelos bordões inusitados (“Possuído pelo ritmo ragatanga”, por exemplo), e faz dupla nas transmissões com Paulo Mancha.

Paulo Mancha tem 47 anos, é formado pela USP, e trabalha como repórter de turismo, quando não está comentando a NFL pela ESPN. Seu contrato é feito por temporada do futebol americano, com cláusula de exclusividade.

Ari Aguiar é narrador da ESPN desde 2007, é a principal voz do rugby e narra alguns jogos do futebol americano. Faz dupla com o comentarista mais novo da casa, Antony Curti.

Antony Curti tem 24 anos e está na ESPN desde 2014. Comenta jogos da NBA, MLB, NHL e NFL. É formado pela USP.

A definição sobre quem vai ficar responsável por cada programa/jogo respeita uma escala, definida por Tuca Moraes, como dito anteriormente, e enviada aos produtores via e-mail. Essa escala define a hora em que cada profissional entra e sai da emissora, suas atribuições, e também o conteúdo a ser produzido para cada programa, como se fosse uma espécie de receita de bolo, que é seguida toda semana.

#### **4.1.2- The book is on the table**

O programa 'The book is on the table', ou 'The book', como é chamado por eles, é transmitido toda sexta-feira, às 20h, e tem uma hora de duração. Começou a ser exibido em 2006, com meia hora de duração, abordando os quatro esportes tradicionais norte-americanos: o futebol americano, o hóquei no gelo, beisebol e basquete, e contava com a participação do narrador Everaldo Marques, e dos comentaristas André Kfourie e Paulo Antunes. Em 2013 o programa ganhou mais meia hora, e houve a substituição de Kfourie por Anthony Curti, além de contar com o comentarista de NHL, Thiago Simões, que participa apenas no bloco que o esporte é abordado.

O 'The book', segundo Érico Lotuffo, normalmente é gravado, assim como "Semana NFL", por motivos de falta de equipe em cada "switch", já que, nos horários em que os programas vão ao ar, eles disputam a grade com programas futebolísticos de maior audiência, como o "Linha de passe", que sempre é ao vivo, e possuem a preferência na emissora. A gravação foi realizada às 19h, e, assim que foi terminado o programa, ele já foi transmitido, não sobrando espaços para edições finais. Segundo Lotuffo, "isso faz com que a gravação seja feita com a mesma seriedade e concentração que um programa ao vivo".

A produção entrou na sala de comando da transmissão, chamada por eles de "switch" às 18h40, e repassam todo o conteúdo com a equipe do local: as telas que aparecerão nas duas TVs que ficam atrás dos participantes do



programa; os chamados “GC’s”, que são box com pequenos textos relacionados ao assunto que está sendo tratado no momento, e também a conferência do nome e da ordem de cada VT que entrará ao ar. No total participam, dentro do “switch”, seis pessoas: produtor, operador de áudio, operador de vídeo, operador de TP (que é o texto que passa em frente às câmeras nos estúdios, normalmente utilizados pelos profissionais que estão na bancada para lerem a “cabeça” das notícias), operador de câmera e o que eles chamam de “exibe”, o responsável por gravar o programa e transmiti-lo para todo o Brasil. No estúdio, trabalham os quatro apresentadores e apenas um cameraman, responsável por colocar quatro câmeras em posições específicas: uma focalizada em três apresentadores (o comentarista da NHL divide a imagem com o apresentador principal, apenas no bloco em que aparece) e outra em um plano geral. Há o editor de imagens, responsável por fazer os clipes de introdução do programa, e, para finalizar, três técnicos fazem a montagem e desmontagem do estúdio, totalizando 15 pessoas trabalhando para que o programa possa acontecer.

Para o programa desta sexta, o responsável foi o Érico Lotuffo, que teve o trabalho de organizar o espelho do programa, um roteiro descritivo do que iria acontecer, bloco a bloco, fazer a escolha de qual assunto será discutido em cada um.

A divisão do espelho ficou da seguinte forma:

### **1º Bloco**

De 19h01 às 19h11 – NFL

De 19h11 às 19h20 – NBA

Três minutos de intervalo

### **2º Bloco**

De 19h23 às 19h32 – MLB

Dois minutos de intervalo

### **3º Bloco**

De 19h34 às 19h46 – NHL

Dois minutos de intervalo

### **4º Bloco**

De 19h48 às 19h56 – NFL

Por conta de um atraso causado por um erro na vinheta de abertura, comentários sobre dois jogos de domingo da NFL não aconteceram, sob risco de não terminarem as gravações no horário em que o programa iria ao ar.

Deve-se destacar o trabalho do Érico durante o programa. Ele define, no momento em que a gravação está ocorrendo, a hora em que o GC entra, o tempo em que ele permanece em exibição, o momento em que ele sai, a mudança das imagens nas TVs, que eles chamam de “plasma”, atrás dos participantes, que determina a mudança de assunto dentro do bloco, o momento em que as imagens dos times entram e saem do ar e também avisa o tempo de intervalo para os profissionais no estúdio.

Após o fim do programa, Érico produz um relatório detalhado, onde conta o horário em que começou o programa, os horários de entrada e saída de intervalos e também o horário de fim do programa, possíveis problemas encontrados, além do nome de toda a equipe envolvida no programa. Após o preenchimento, o documento é enviado via e-mail para o Centro de Documentação (Cedoc) da ESPN, onde serve de catálogo para futuras consultas.

Esse trabalho, que se torna integrado com toda a equipe presente no “switch”, pode ser bem comparado ao de um maestro de uma orquestra, definindo qual instrumento irá entrar, seu tempo de melodia e sua intensidade, mesmo que todos tenham acesso ao roteiro.

#### 4.1.3- Semana NFL

O segundo programa que trata de futebol americano na ESPN é chamado de “Semana NFL”. Está no ar também desde 2006 e é transmitido somente durante a temporada do futebol americano, que vai do meio de agosto com a pré-temporada até a primeira semana de fevereiro com o Super Bowl, sempre às segundas, antes da partida do Monday Night Football, o único jogo da rodada na segunda-feira.

Assim como o “The book”, o programa também é gravado, porém com uma antecedência maior ao horário de transmissão, e é exclusivo sobre futebol americano. No estúdio, ele é comandado pelo narrador Everaldo Marques e Paulo Antunes, e tem praticamente o mesmo número de profissionais envolvidos no “The book”. A única diferença é que o “Semana”, como eles costumam chamar, tem a participação de dois produtores: Tuca e Érico, totalizando 16 pessoas envolvidas.

No dia em que o programa foi analisado, Érico esteve ausente, pois participava da transmissão do jogo do Mundial de Clubes de Vôlei, em Minas Gerais, para auxiliar na coleta de estatísticas durante a partida.

O programa vai ao ar todas as segundas às 21h30, e às 16h30 Tuca informa que todos os clipes com os melhores momentos dos jogos de quinta e domingo já estavam prontos, sendo feitos pelo produtor que substituiu o Érico. Os clipes tem duração entre um minuto e um minuto e meio. Apenas um clipe durante a análise teve a duração de dois minutos, pelo o fato do jogo ter sido bastante disputado e com vários lances relevantes. Às 18h01, a equipe começou a gravar no estúdio do subsolo.

Essa antecipação da produção dos clipes é importante para que o comentarista Paulo Antunes possa analisar os lances escolhidos, dar o seu aval, e estudar o lance, a fim de definir os melhores comentários a serem feitos no programa. Enquanto os lances passam na tela, ele comenta, em off, detalhes importantes das jogadas.

O trabalho restante foi o de montar o espelho do programa, dando uma atenção especial em quais momentos iriam aparecer as propagandas dos patrocinadores da transmissão do futebol americano no canal: a montadora Mitsubishi, o aplicativo iFood e a cervejaria Budweiser. Para esses anunciantes, a ESPN fez dois tipos de anúncios: um chamado de “foguetes”, onde as marcas dos anunciantes são mostradas em um pequeno box no canto esquerdo inferior da tela, e os “mini movies”, que são no formatos dos “GC’s”, ocupando a parte inferior da tela. Existe uma cota, definida pelo setor de marketing da emissora, que precisa ser transmitida nos programas, mas a hora de aparecerem, ou serem “pagas”, como os profissionais dizem, é definida pelo produtor.

Assim como no “The book”, a produção do “Semana” faz todas as partes textuais que irão aparecer no programa, como os TP’s e os GC’s. Vale aqui ressaltar que os TP’s servem apenas como roteiro dos apresentadores, já que eles decidiram, por vontade própria, fazer os comentários dos jogos sem a utilização deste recurso. Nada é lido pelos apresentadores ao se dirigirem para as câmeras, usufruindo de liberdade de linguagem e pensamento. Segundo Tuca, isso acontece “porque os caras sabem o que fazem, e a gente confia neles. Apenas entregamos o roteiro para definir sobre o quê eles vão discutir. Às vezes, eles tem uma informação que ainda não temos”.

Quanto às informações e notícias abordadas no programa, elas são todas retiradas da ESPN americana, através de um sistema de intranet e troca de e-mails com o setor responsável por produzir e divulgar todas as estatísticas de todos os jogos, como número de jardas conquistadas (aérea ou terrestre), números pessoais de cada jogador, e também dos sites institucionais dos times e da NFL, voltados para a imprensa. Nesses sites, há informações necessárias para a realização de qualquer transmissão. Na próxima seção, a importância do acesso à essas informações será melhor retratada.

No “Semana”, o editor de imagens faz um trabalho mais específico dos clipes, já que seleciona, corta e monta os clipes não só com as imagens, mas também com as narrações dos jogos do dia anterior, tornando mais dinâmica a introdução do programa.

O destaque desse programa fica por conta do “Sportsscience”, um quadro da ESPN americana apresentado pelo repórter John Brenkus, que mostra curiosidades científicas sobre os esportes americanos, como a força de um “tackle”, jogada utilizada para derrubar um jogador no futebol americano, a velocidade de um disco de hóquei quando é lançado, a velocidade de lançamento de uma bola de beisebol, a força da rebatida, etc. Sempre que há um sobre futebol americano, a produção da ESPN brasileira pega o vídeo do quadro, presente no sistema compartilhado via internet com a ESPN americana, e solicita aos profissionais dos Estados Unidos que façam as conversões de medidas necessárias, como transformar pés e polegadas em metros, milhas por hora em quilômetros por hora, etc. A produção brasileira também é responsável por fazer a dublagem do apresentador John Brenkus.

Assim como foi com o Érico na condução do “The book”, Tuca também comandou as telas, GC’s, entradas e saídas de comerciais ao vivo, indicando no momento o tempo de todos os componentes do “Semana”. A gravação foi ao fim às 18h52.

Por ser um programa exclusivo sobre futebol americano, o trabalho de produção do programa acaba por ser mais tranquilo, e os blocos serem definidos de acordo com a particularidade de cada rodada. Por exemplo: se houve algum lance que gerou mais discussão que o comum, esse lance pode ser analisado mais profundamente, alongando o bloco, sem prejudicar análise dos outros lances.

#### **4.1.4- Transmissões dos jogos**

A temporada regular do futebol americano tem 17 rodadas semanais, mas com cada time jogando 16 vezes, uma por semana, com direito a uma rodada de folga, que é definida pela NFL. A liga também define o número de times que tira a folga na mesma semana, que variam entre duas a quatro equipes, o que interfere no número de jogos a cada rodada.

Como dito anteriormente, a rodada da NFL começa na quinta-feira, sendo complementada no domingo e segunda-feira. Quinta e segunda são dias

de jogo único, o Thursday Night Football (TNF) e o Monday Night Football (MNF), enquanto todos os outros jogos são realizados no domingo.

Existem algumas regras para a transmissão feita pela ESPN Brasil. Durante os intervalos comerciais das emissoras americanas, ou a emissora permanece com a transmissão no ar, mas substituindo as imagens por um clipe de jogadas feito pelo editor de arte antes do início da temporada, com narrador e comentarista ainda no ar, em off, ou entra em seu próprio intervalo, não veiculando propagandas norte-americanas. Durante o jogo, quando é mostrada a cabine de transmissão, a imagem é substituída pelo mesmo clipe de jogadas, mas somente nos jogos de 15h e 18h30, e no restante, a cabine é mostrada, o que será melhor explicado durante a análise. Quando o juiz se pronuncia ou o repórter de campo dá alguma informação, o som original é aumentado, para que o telespectador possa ouvir. Não há problemas quanto ao repórter de campo aparecer na imagem.

A escolha dos jogos a serem transmitidos é feita pela própria equipe da ESPN, em que cada produtor fica responsável por uma partida. Como o Érico não esteve presente no domingo, como dito anteriormente, Tuca Morais e Ernane Siqueira dividiram os quatro jogos que a ESPN iria transmitir naquele dia. No domingo, 10 jogos acontecem simultaneamente, existindo a possibilidade de escolha, podendo ser a partida transmitida pelas emissoras CBS, FOX ou NFL Network, esta última que funciona em conjunto com a empresa de TV a cabo DirecTV.

A equipe julga qual é o melhor jogo dentre os 10 que serão realizados, o que espera-se que seja mais disputado, ou tenha maior audiência. Um exemplo: o Dallas Cowboys, um dos times favoritos para o título do Super Bowl desta temporada, e a equipe mais popular dos EUA, teve três partidas transmitidas nos horários entre 14h e 17h. Já o New England Patriots, atual campeão da NFL e um dos mais populares do Brasil, e cujo principal jogador, Tom Brady, é marido da modelo brasileira Giselle Bündchen, teve a escolha de apenas duas transmissões entre os horários de 14h e 17h. Porém, é o time com o maior número de exibições nos horários em que há jogo único (quinta,

segunda e o último horário de domingo). Por esse fator, já foram transmitidos, até a semana 8 da temporada regular, cinco jogos dos Patriots na ESPN.

#### **4.1.4.1- Primeira partida de domingo**

A primeira transmissão analisada foi a do primeiro jogo de domingo, 25, entre New England Patriots e New York Jets, na semana 7 da temporada regular, com o início marcado para as 15h.

A produção da partida ficou a cargo d Tuca Moraes que, pela manhã, definiu o espelho da transmissão (presente nos anexos da pesquisa), definindo a ordem dos VT's, a ordem de entrada dos “mini movies”, além de escolher o clipe que entraria no ar quando a ESPN não acompanhasse a emissora norte-americana, no caso a CBS, no intervalo comercial. Quando isso acontece, entra no ar um clipe com imagens já selecionadas antes da temporada começar, que eles chamam de “genérico”, e narrador e comentarista do jogo em questão continuam presentes, registrando a participação do telespectador, chamado por eles de “fã do esporte”, via redes sociais.

Segundo Tuca, essa escolha acontece para que haja uma interação entre o fã do esporte e a transmissão, tentando não dar a impressão de um jogo parado. Ele explica que os únicos momentos onde há certeza de que a ESPN entrará no horário comercial são nos fins da cada quarto de partida, e no chamado “two minutes warning”, estratégia da NFL de parar o jogo quando faltam dois minutos para acabar o segundo e o último quartos, a fim de exibir publicidades comerciais. As outras paradas, de acordo com ele, “vai do feeling de quem faz isso há 10 anos”. Vale ressaltar que, assim como é com os “mini movies” e “foguetes”, a produção precisa cumprir com o número obrigatório de 24 comerciais durante a transmissão. Essa decisão é feita no momento em que a emissora norte americana entra no comercial, pelo produtor.

A equipe já está a postos no “switch” às 14h40, onde eles se preparam para fazer o “Abre Jogo”, um pequeno programa antes dos jogos, onde o narrador e o comentarista iniciam a transmissão, fazendo uma análise do que se espera para a partida. A transmissão se inicia às 14h45, tendo o programa

dez minutos. Após esse tempo, a ESPN, que já recebe o sinal da emissora norte americana via fibra ótica, coloca esse sinal no ar, e se inicia a transmissão do jogo. Narrador e comentarista só precisam cruzar o estúdio para se sentarem de frente às TV's que recebem o sinal do jogo e os microfones, onde dali fazem seus trabalhos. Neste jogo, a dupla foi composta por Rômulo Mendonça e Paulo Mancha.

No “switch”, o produtor faz o mesmo trabalho de “maestro” realizado nos programas, definindo a hora de entrada dos “mini movies”, GC's que incentivam a participação do fã de esporte pelo Twitter, comanda, em conjunto com o operador de áudio, o som original da transmissão norte americana (por exemplo, quando o juiz se pronuncia, ou quando há um repórter americano noticiando algo direto do campo de jogo) e também, quando a transmissão entra no intervalo, define o momento que volta, em conjunto com a transmissão norte americana, ouvindo a contagem regressiva feita por uma equipe da emissora dos EUA direto no fone de ouvido da mesa do “switch”.

No total, nas partidas das 15h e 18h30, trabalham seis pessoas no “switch”: o produtor, dois operadores de áudio, dois operadores de vídeo e o “exibe”, que joga a transmissão na casa dos telespectadores e já salva a transmissão no Cedoc da ESPN.

No intervalo da partida, entre o segundo e terceiro quartos, a dupla Mendonça/Mancha volta para a bancada do estúdio, fazendo uma análise do primeiro tempo, o que esperam do segundo, enquanto passam os highlights, ou melhores momentos, do primeiro tempo, além de divulgar os resultados parciais dos outros jogos que acontecem no mesmo horário. Todo esse conteúdo é de responsabilidade do produtor, que faz os textos dos resultados parciais, do operador de vídeo, que faz a edição dos melhores momentos e coloca no vídeo, além de colocar o texto do produtor em uma tela já específica para exibição dos outros placares, e do “exibe”, que joga essa transmissão no ar.

Ao fim da transmissão, inicia-se o processo de troca da equipe, tanto do “switch”, como do produtor responsável e de narrador e comentarista. Essa



troca precisa ser rápida e precisa, para que não haja nenhum problema na transmissão, já que, assim que termina o jogo das 15h, o das 18h30 já se inicia.

Neste momento, o produtor da primeira partida começa a escrever o relatório da transmissão, que é parecido com o relatório dos programas, mas que, além da descrição dos horários em que entraram e saíram os comerciais, “mini movies” e “foguetes” (que possuem a mesma cota, quatro cada um), também contém cada pontuação da partida, com o seu placar parcial e hora em que aconteceu.

No caso do jogo analisado, um problema, que segundo Tuca e Ernane, é comum, aconteceu. Por conta do jogo ter o relógio parado por diversas vezes, a transmissão da primeira partida se tornou mais longa do que o usual, não chegando a atrasar a transmissão da segunda, mas o suficiente para tumultuar a troca da equipe, tanto no “switch” quanto dos narradores e comentaristas, obrigando a produção a cancelar o “Abre Jogo” da segunda partida. Essa confusão resultou em uma queda do sinal, o que eles chamam de “dar black”, por 5 segundos. O telespectador, em sua TV, viu uma tela preta durante esse tempo.

#### **4.1.4.2- Segunda partida de domingo**

Após essa confusão, deu-se início à transmissão do segundo jogo, entre Dallas Cowboys e New York Giants, com a dupla Ari Aguiar e Antony Curti, o produtor Ernane Siqueira e uma nova equipe no “switch”, mantendo o mesmo número de profissionais.

A dinâmica do jogo das 18h30 é a mesma da partida anterior. No evento analisado, a consequência do longo jogo anterior acabou afetando a transmissão da partida seguinte com relação ao número de comerciais. Como dito anteriormente, todo jogo necessita ter o número obrigatório de 24 intervalos comerciais, que a ESPN entra com a emissora dos EUA. Como o jogo anterior atrasou, outras emissoras americanas que também iriam transmitir o jogo ainda não tinham entrado no sinal. Assim sendo, a FOX,

emissora responsável pelo jogo, não veiculou os intervalos comerciais enquanto todas as emissoras estivessem presentes, mesmo com o início do jogo, pois eram anunciantes a nível nacional. Isso acabou acarretando em um acúmulo de paradas da transmissão feita pela ESPN para poder cumprir com o número obrigatório de intervalos comerciais, causando uma menor divulgação da participação dos “fãs de esporte” na transmissão. Segundo Ernane, esse grande número de paradas seguidas pode prejudicar a audiência.

Houve mais um agravante: essa partida, ao contrário da primeira, teve o relógio parado poucas vezes, resultando em uma partida mais rápida. De acordo com Ernane, isso dificulta na hora de “pagar os breaks”, que é realizar o número obrigatório de intervalos comerciais. Esse “quebra-cabeça”, segundo ele, precisa ser resolvido “havendo uma alternância entre ficar com as imagens ‘genéricas’ e sair para o ‘break’, sem perder o interesse do telespectador”. Mesmo assim, os “breaks” foram realizados até o fim da partida, às 21h15, com 2h45 de duração, 15 minutos a menos que o habitual.

#### **4.1.4.3- Sunday e Monday Night Football**

A terceira partida de domingo é a do horário nobre, o ‘Sunday Night Football’ (SNF), de responsabilidade da NBC, transmitida da costa leste à costa oeste americana, sendo o único jogo do horário. Nesta seção, o jogo de segunda-feira, o Monday Night Football, transmitido pela ESPN americana, também será analisado, pois a dinâmica de transmissão feita pela ESPN brasileira é a mesma.

Tanto no SNF quanto no MNF o “switch” trabalha com um número reduzido de pessoas: apenas três, o produtor responsável, o operador de áudio e o “exibe”. Nesses casos, o “exibe” acumula a função de operador de vídeo e de contagem regressiva de intervalos, assim como a função de entrar no intervalo e voltar ao jogo. Isso acontece por conta do horário da transmissão, que começa às 22h15, no horário brasileiro de verão, com previsão de término às 1h30 do dia seguinte.

Por conta da equipe reduzida e do acúmulo de funções do “exibe”, as cabines de transmissão, os narradores e comentaristas da NBC e da ESPN americana são exibidos durante a transmissão sem problemas.

Nesses jogos, o trabalho do produtor fica reduzido a montar o espelho, e definir os momentos de entrar os intervalos comerciais, assim como as propagandas específicas dos patrocinadores, os “mini movies” e os “foguetes”. O produtor responsável pelos dois jogos foi o Ernane Siqueira, e a dupla Everaldo Marques e Paulo Antunes comandaram a transmissão das partidas.

Nas duas transmissões há um período para se realizar um programa antes da partida, que analisam os jogos anteriores e fazem previsões para os que serão transmitidos. No SNF, há um intervalo maior após a segunda partida, permitindo um “Abre Jogo” com maior duração. No domingo, 25, a duração do programa teve 45 minutos. E na segunda-feira, 26, é exibido o “Semana NFL”, programa de uma hora de duração, que já foi analisado anteriormente.

Ernane diz que esses jogos são os únicos que ele pode assistir. “Agora o trabalho fica bem mais tranquilo. Só organizo o espelho, faço a distribuição dos ‘mini movies’, e posso assistir o jogo. A transmissão é toda deles, e a gente só deixa o programa fluir.”

Essa “calmaria”, dita por Ernane, faz com que o produtor tenha a possibilidade de preencher o relatório durante a transmissão. De acordo com o profissional, “os dados do relatório são mais precisos nas noites de domingo e segunda”.

#### **4.2- 2ª para 7: Os valores notícia empregados**

Com os dois programas que abordam o futebol americano na grade da ESPN, esperava-se identificar de que maneira as notícias referentes ao esporte eram veiculadas pela emissora. Mas, na realidade, o que se viu foram programas destinados a fazerem análises de jogos já realizados e previsões de partidas que ainda iriam acontecer. As notícias referentes ao esporte, aos jogadores e às equipes não são o foco.

Segundo Érico Lotufo, os fatos noticiosos aparecem “quando é passível de alguma discussão, gera alguma polêmica”. Dessa maneira, pode-se identificar que os casos que levam à discussão ou debate são o resultado de uma filtragem, assim como é definido no conceito de *gatekeeper* feito por Lago e Benetti (2007), e, ao mesmo tempo analisados a sua capacidade de gerar repercussão, sendo aqui um modelo de empregabilidade de valor-notícia. Assim, essa seleção faz com que as notícias possam aparecer tanto durante os programas ou nas transmissões das partidas pelo narrador/comentarista, o que é definido pelo produtor responsável, ao assumir o papel de *gatekeeper*.

Assim sendo, o trabalho de produção das notícias tem um maior foco nas estatísticas dos jogos veiculados e do rendimento dos times no campeonato. A equipe retira todas as notícias por meio de um sistema de comunicação interna, que é também utilizado pela ESPN norte-americana e da América Latina. Há um trabalho de seleção e apuração dos fatos feita pela equipe dos EUA, divulgados nesse sistema, onde a ESPN no Brasil pode escolher e selecionar qual das informações irá utilizar. Nesse sistema também estão disponíveis vídeos de transmissões de jogos e treinos de todas as equipes que participam da NFL.

No capítulo “Preleção” pode-se ver a definição da “categoria substantiva” de valores-notícia, feita por Alfredo Vizeu (2007). Segundo o autor, essa categoria liga o fato em si e em seus personagens, e é dividida em duas subseções: a “importância” do fato e o “interesse” que ele pode causar na sociedade. Durante a análise, foi possível perceber o emprego dessas duas subseções no processo de escolha dos fatos e até mesmo dos jogos a serem transmitidos.

Para exemplificar como esses conceitos se encaixaram na prática vivida, pode-se tomar o exemplo da escolha dos jogos transmitidos. O primeiro jogo exibido na tarde do domingo, 25, foi entre New England Patriots e New York Jets, às 15h. No mesmo horário, outros oito jogos estavam acontecendo. A decisão da escolha dessa partida respeitou algumas variáveis que se encaixam com os conceitos dados por Vizeu (2007).

No quesito “importância”, pode-se notar que, como o New England Patriots é o atual campeão do *Super Bowl*, a grande final do futebol americano, toda e qualquer partida disputada por ele chamará alguma atenção, em especial, pelo fator de estar invicto na temporada. Também, no mesmo quesito, há a associação ao time adversário, já que os Jets possuíam, até aquela rodada, as melhores estatísticas defensivas da liga, tornando aquele jogo um embate entre a melhor defesa e o melhor ataque, ou seja, expectativa de um jogo bem disputado e técnico. Outros fatores utilizados pela equipe também podem ser relacionados ao quesito “importância”, como rivalidade entre times de mesma divisão, possibilidade de quebra de algum recorde da liga ou possibilidade de classificação para os *playoffs*, fase de mata-mata, que são disputados a partir de janeiro.

Já no quesito “interesse”, os mesmos argumentos poderiam ser utilizados, mas há um que se sobrepõe: A equipe da ESPN toma para si a verdade de que a maioria dos fãs de futebol americano torcem para os Patriots. Segundo o produtor Ernane Siqueira, isso acontece pelo fato de o time de Boston ser o maior vencedor do *Super Bowl* desde o início do século XXI, com quatro conquistas, além de ter como principal jogador o Tom Brady, um dos maiores da história da NFL, segundo as estatísticas da liga, e que também é marido da top model brasileira Gisele Bündchen, que pode corresponder ao quesito de “proximidade”.

Até a semana 9, os Patriots tiveram seis dos seus oito jogos transmitidos, já que, na semana 4, eles não entraram em campo devido à folga obrigatória de uma rodada. Desses seis, quatro foram jogos em horário paralelo com outras equipes.

Dessa maneira, pode-se ver que o emprego dos valores-notícia aos jogos transmitidos se tornou uma rotina, já que a escolha das exhibições é feita semanalmente. Esse fato pode ser associado ao que Wolf (2005) afirma sobre a necessidade de tornar a seleção dos fatos algo recorrente na rotina do jornalista, e que o emprego dos valores-notícia facilitam esse processo.

#### 4.3- 3ª para 6: Relação com as fontes

Como visto na seção anterior, o foco de divulgação de notícias fica restrito ao momento no qual as equipes passam atualmente. Assim, os dados estatísticos se tornam a maioria das notícias divulgadas nos programas e durante a transmissão dos jogos.

A relação da ESPN Brasil com as fontes se mostrou focada em outros meios de comunicação, mais precisamente em dois: na própria ESPN americana e no site da NFL para profissionais de imprensa. Ou seja, por não ter nenhuma equipe nos Estados Unidos, a não ser em época de Super Bowl, os profissionais ficam reféns de fontes oficiais e informações veiculadas nesses meios, sem poder fazer uma apuração própria. Por conta disso, durante os dias de análise, a ESPN Brasil se utiliza da equipe da ESPN americana, que é quem faz o processo de apuração mais detalhado e divulga as notícias para a emissora brasileira.

Pode-se notar que a falta de uma equipe brasileira in loco faz com que a ESPN brasileira use como alternativa as apurações e informações utilizadas pela emissora americana e pela parte de imprensa da NFL. Dessa forma, é possível ver que tanto a ESPN americana quanto a NFL são tratadas pela equipe brasileira como “agência de informação”, como diz o pesquisador G. Cesareo (1981), ou seja, fontes capazes de realizar um trabalho que já é de confecção da notícia, bastando à ESPN brasileira apenas retransmití-la.

Para conseguir essas informações, a ESPN utiliza um sistema de “intranet”, compartilhado entre as equipes do Brasil, Estados Unidos e América Latina. Esse sistema, chamado de Slack, é comandado por uma equipe americana, que tem o trabalho de divulgar todas as estatísticas de todos os jogos e de todos os times das quatro principais ligas americanas, além de notícias sobre trocas de jogadores, lesões e tempo de recuperação. Essa mesma equipe também é responsável por disponibilizar, via rede social *Twitter* (@ESPNStatsInfo), as mesmas informações, mas somente após a divulgação no Slack.

Cada profissional da ESPN Brasil possui o seu próprio cadastro nesse sistema, dando a liberdade de não só os produtores terem acesso a essas informações, como também a toda a equipe de narradores e comentaristas.

Além das informações obtidas através do sistema compartilhado, há também os dados disponibilizados através do site da NFL para a imprensa ([www.nflmedia.com](http://www.nflmedia.com)). Nesse site, o jornalista pode fazer o seu cadastro e usufruir de releases, notícias e dados estatísticos da assessoria de imprensa da NFL e também das equipes profissionais.

Foi possível notar que os profissionais se satisfazem com as informações divulgadas pela equipe americana e pela NFL. Se em algum momento é preciso confirmar qualquer tipo de informação, ou se há dúvidas sobre qualquer tipo de estatística, o site para profissionais da imprensa da NFL é o responsável por ser o fiel da balança. Dessa maneira, as informações relativas à estatísticas, além de notícias sobre jogos e jogadores, podem ser checadas com a ESPN americana, mas sempre conferidas e confirmadas caso estejam de acordo com as informações do site da NFL. No caso de haver alguma diferença entre as informações, a equipe brasileira entra em contato com a ESPN em Bristol, via Slack, para averiguar qual é a informação correta.

Todas essas informações são utilizadas nos programas e principalmente nas partidas. Segundo o comentarista Antony Curti, “é impossível realizar qualquer transmissão sem essas informações. Ninguém consegue guardar esses dados e nomes na memória”. Para ele, as informações divulgadas pela ESPN americana e NFL “salvam a vida, e representam 90% do que é dito nas transmissões”.

Nessa dinâmica, pode-se ver na prática o que Wolf (2005) e Gans (1979) disseram sobre a dança entre jornalistas e fontes. No caso da ESPN, 100% dessa dança é conduzida pela fonte, já que a ESPN brasileira só divulga aquilo que a ESPN americana também irá divulgar.

## **5- 4ª para 5: Conclusão**

Neste trabalho realizou-se um estudo sobre a cobertura do futebol americano no Brasil pela sucursal brasileira do canal ESPN. Para isso, foi realizada uma etnografia nos estúdios da emissora, na cidade de São Paulo. A observação foi realizada nos dias 23, 25 e 26 de outubro de 2015, para verificar os processos realizados para a produção de notícias e transmissões de jogos.

Com esta pesquisa, foi possível descobrir que a transmissão do futebol americano feita pela ESPN Brasil é, acima de tudo, um trabalho integrado, principalmente com a emissora norte-americana. A falta de uma equipe para fazer uma apuração própria torna a cobertura feita pelo canal brasileiro totalmente dependente de informações que são apuradas e trabalhadas pelos jornalistas dos EUA.

Durante os três dias de análise, foi possível descobrir que a cobertura feita pela ESPN segue um padrão muito bem definido, semanalmente: escolha dos jogos, definição dos profissionais que estarão responsáveis pelas transmissões dos programas/partidas, preparação dos espelhos programas a partir de informações vindas dos EUA, edição dos VT's, gravação dos programas, preparação para transmissão dos jogos, também com informações vindas dos EUA.

A grande maioria dessas informações são obtidas através do sistema integrado chamado Slack, em que os profissionais dos EUA e Brasil podem divulgar dados e notícias. Assim, pode-se ver que a produção de notícias sobre o futebol americano por parte da equipe brasileira depende do trabalho de apuração e divulgação de notícias da equipe americana.

Junto com as informações obtidas através do Slack, os profissionais usam as informações do site da NFL voltado para a imprensa. Pode-se perceber também que esse site é o “fiel da balança”, no caso de algum choque ou incoerência de informações.

Com o uso de apenas essas duas fontes, os produtores fazem a seleção das notícias a serem divulgadas nos programas ‘The book is on the table’ e ‘Semana NFL’. Como há uma escolha dos jogos a serem transmitidos (que



também passam por critérios de valores-notícia), as notícias que recebem maior prioridade são relacionadas aos jogos que serão exibidos pelo canal.

A falta de uma equipe própria da ESPN Brasil para fazer o processo de apuração das notícias referentes ao futebol americano evidenciou um maior uso de estatísticas e dados como notícia, em vez de fatos extracampo envolvendo times e jogadores. Para se transformar em notícia para o público brasileiro, o fato passa por outros critérios de valores-notícia, como a importância do jogador para a liga e o time em que ele joga.

As rotinas dos profissionais se mostrou muito metódica. Como a rodada da temporada regular se inicia na segunda-feira, na quarta-feira são escolhidos os jogos a serem transmitidos, e a montagem do programa *The book is on the table*, que é gravado na sexta-feira. Ao fim da rodada, na segunda-feira, o ciclo novamente se inicia.

Mesmo sendo uma equipe de conhecedores e fãs do esporte, também foi possível verificar que muitos deles se preparam e estudam a cada dia sobre os jogadores e times que irão disputar os jogos antes de entrar na transmissão. O narrador Everaldo Marques, por exemplo, durante os três dias, antes de entrar no estúdio, se sentava em seu computador durante aproximadamente quatro horas, lendo estatísticas e notícias sobre os times que participariam do jogo em que iria narrar. Segundo ele, “qualquer informação que possa agregar, ou história que possa contar, vai ser mais interessante do que qualquer coisa que a ‘parte artística’ possa agregar, como uma piada ou um trocadilho”. Para ele, “o negócio é dar informação”.

Mesmo sendo a emissora brasileira que tem a maior cobertura do futebol americano, segundo o produtor Tuca Morais, a ESPN enfrenta uma dificuldade em torno da falta de competitividade. De acordo com ele, “apesar de haver um outro canal no Brasil que transmite jogos de futebol americano, o alcance da cobertura desse canal é tão pequeno perto do que a ESPN faz, que não dá para chamar de concorrência”. Para Morais, a falta de um canal forte para competir de igual para igual com a ESPN faz com que a equipe não saiba identificar um padrão de uma boa cobertura. Por conta disso a “briga” por audiência das transmissões da NFL acaba sendo com vários programas, e não

só do ramo esportivo, por conta dos horários de transmissão. Foi muito comum, por exemplo, ver durante os jogos a participação de telespectadores através do *Twitter*, pedindo ao Everaldo Marques que mandasse um abraço para a mulher, para que ela não mudasse de canal e assistisse uma novela ou um filme.

Apesar de possuir uma equipe enxuta, a ESPN Brasil continua aumentando a sua cobertura sobre o esporte. Um exemplo disso é o quadro “NFL Play”, apresentado pelo comentarista Paulo Antunes, que tem como objetivo explicar as diversas jogadas do futebol americano, as regras do esporte e também entender como é a preparação de cada posição de jogo para as partidas. Segundo Antunes, o quadro “ajuda as pessoas a entenderem um pouco mais sobre o esporte, de uma forma dinâmica e didática, e assim perderem o preconceito com o futebol americano”.

Mas há na equipe um sentimento de fazer com que as pessoas gostem de assistir o futebol americano pelo jogo, não por ser uma transmissão com características particulares. Há um cuidado para que a emissora não seja mais importante do que o jogo, e que o papel da emissora é fazer a melhor transmissão possível para que o telespectador se apaixone pelo esporte.

O tempo para se realizar a etnografia não se mostrou o ideal. Com apenas três dias disponíveis para realizar as observações, a obtenção de dados poderia ficar prejudicada. Mas por problemas logísticos e financeiros, pois a sede da emissora se localiza na cidade de São Paulo (SP) e era necessário que essa observação fosse realizada *in loco*, não havia a possibilidade de extensão do período de realização da etnografia. Porém, mesmo com essas dificuldades, a pesquisa conseguiu apresentar dados consistentes sobre como é realizado o processo de cobertura do futebol americano pela ESPN.

Pode-se concluir, a partir desta pesquisa, que apesar das dificuldades estruturais, como a não presença de uma equipe *in loco* nas partidas de futebol americano, a limitação de reprodução de fatos em notícias e a necessidade de apenas transmitirem os jogos através de outras emissoras, a ESPN consegue, a cada ano, difundir o esporte no Brasil através de um trabalho dinâmico,

integrado e organizado, resultando em uma cobertura de nível elevado para um esporte, ainda, tão pouco conhecido do público brasileiro.

## 6- Apêndice

### 6.1- Transcrição da entrevista com Everaldo Marques

Entrevista realizada no dia 26 de outubro de 2015.

**Pesquisador (P):** Então, é tentar entender como você começou a narrar o futebol americano, como você caiu nesse esporte...

**Everaldo Marques (EM):** Então, quando eu... Era assim, a ESPN era, tinha a ESPN Brasil, e o canal ESPN, que as pessoas conheciam como ESPN Internacional, então, a ESPN Internacional, ela era narrada desde Bristol, uma cidadezinha em Connecticut, a umas três horinhas de Nova York. Existia um grupo de 14 brasileiros lá, que fazia tudo da ESPN, em português. Era tudo produzido lá: futebol americano, a NBA, tudo que ia no ar na ESPN Internacional, futebol americano, patinação artística, atletismo, e tal, era feito por esse grupo de 14 pessoas.

**P:** Isso, mais ou menos, em que ano?

**EM:** Desde 1991, 92, quando a ESPN Internacional começou as operações dela. Aí, em 2005, se decidiu que a ESPN aqui no Brasil ia concentrar as operações do canal ESPN, então, a Internacional passaria a ser também narrada aqui no Brasil. Aquele grupo teria que ser desmontado... Esse grupo de Connecticut seria desmontado, e todas as narrações da ESPN Brasil e ESPN Internacional seriam feitas daqui. Parte desse grupo, de 14 pessoas, foi convidado a voltar. Alguns quiseram voltar, o Luiz Carlos Adler fazia parte desse grupo...

**P:** Tuca, também?

**EM:** O Tuca é produção, eu estou falando do pessoal de narração e comentários. O Luiz Carlos Adler fazia parte desse grupo, o Roby Porto, ele não quis voltar. Voltou, mas não queria ir morar em São Paulo. Saiu, e meses depois ele foi contratado pelo SporTV, está morando no Rio, a família dele é de lá, enfim... E um dos que não voltou foi o André José Adler, que era o narrador

da NFL. Então, abriu-se uma situação, porque assim, essas pessoas, muitas delas, tinham outras atividades nos Estados Unidos. Flávio Ferreira tem uma escolinha de futebol, não sei quem é ator, não sei quem tem uma loja, então, o cara não iria desmontar a vida dele lá para ser só narrador e voltar a viver aqui. Então, alguns não voltaram, e o Adler foi um deles. O pessoal que fazia o beisebol, Roberto Figueroa e Marco Otávio, também não voltaram. Quando a ESPN fez essa transição, abriu-se espaço para contratar três narradores. E eu fui chamado. Mas eu não tinha a menor ideia de que ia narrar o futebol americano. Quando eu vim para cá, eu sabia que ia participar, ia reforçar um grupo que ia tocar um segundo canal, ia também transmitir na ESPN Brasil, mas eu estava vindo ajudar a tocar as transmissões de um segundo canal, que ia ser transmitido no Brasil a partir de 15 de dezembro de 2005. Na conversa que eu tive com o Trajano, eu disse: “Olha, Trajano, eu me acho versátil o suficiente para narrar qualquer coisa que você eventualmente precisar”. Aí depois de um tempo ele me disse assim: “Você conhece futebol americano?”, e eu falei: “Conheço, acompanho, conheço as regras, o que é mais importante, para não falar besteira”, aí ele disse: “Então, vou botar a NFL na tua mão”, aí eu disse: “Tá bom”. Aí, qual era o acordo: o André José Adler ia narrar a temporada de 2005, que começava em setembro, e ia até o *Super Bowl XL*, em fevereiro de 2006. E só depois disso ele deixaria o canal. Então todo mundo que parou, todo mundo que não iria voltar, encerrou o seu vínculo com a ESPN em 15 de dezembro, e o Adler prosseguiu, na segunda quinzena de dezembro, mais janeiro inteiro, mais o *Super Bowl*. Só que na segunda quinzena de dezembro, pintou um jogo de futebol americano universitário na grade, que era o *Rose Bowl*. E aí, eu que estava me preparando psicologicamente para narrar o futebol americano só a partir de setembro de 2006, cinco dias antes fiquei sabendo assim: “segunda-feira você vai narrar o *Rose Bowl*”. Aí, estuda, estuda, estuda... E a transmissão saiu. Eu e o Silvio Lancelotti, porque o Paulo Antunes já tinha feito um teste, meio que definido que ele seria o cara do futebol americano, mas o pessoal da produção achou que ele não estava no Brasil, porque era no dia 28, 29, 30 de dezembro, uma coisa assim, ou 4, 5 de janeiro, era época da virada, e acharam que ele estava nos Estados Unidos. Então, o Silvio Lancelotti, que já tinha comentado futebol americano na televisão antes, foi o meu parceiro nessa transmissão. A transmissão saiu, ok,

não fiz nenhum absurdo, a transmissão foi boa, então aí ficou definido mesmo que eu seria o cara da NFL e aí em setembro de 2006 eu comecei, e já estou na décima temporada do futebol americano.

**P:** Eu estou acompanhando, e dá para ver uma característica muito sua de estudar, e passa o dia lendo, e estudando. Qual o tamanho da importância disso para o seu trabalho?

**EM:** É, assim, eu tento estudar para tudo o que eu faço. Porque eu acho que qualquer informação que eu agregue, qualquer história que eu conte, vai ser mais interessante do que qualquer coisa que a minha parte artística possa agregar. Uma piada, um trocadilho, uma brincadeira. Então, eu prefiro, a minha prioridade é sempre informação, sempre. Por exemplo, saindo do futebol americano e te dando exemplos práticos disso: na Copa do Mundo de futebol, quando a escala da Copa do Mundo saiu, só estava em jogos pequenos. Fui o único narrador de todos aqui que fez a Copa do Mundo, uns cinco ou seis fizeram a Copa do Mundo, desses selecionados, eu fui o único que, na primeira fase, não fez um jogo de uma seleção campeã do mundo, ou seleção grande. Não fiz Alemanha, não fiz Inglaterra, nem Argentina, nem Espanha, nem Holanda, Brasil, obviamente não, Itália. Meu primeiro jogo na Copa foi Colômbia e Grécia. Fiz Suíça e Equador. Jogos desse tipo. Eu tinha dois jeitos de me posicionar: ou ficar chateado, ou olhar para aquilo, e encarar como uma oportunidade de fazer a melhor transmissão de Suíça e Equador possível. Eu fui para o segundo lado. É uma Copa do Mundo. Copa do Mundo é Copa do Mundo, não importa o jogo. Então, fui lá. Aí, tem dois exemplos práticos dessa história de o fato de priorizar a informação foi positiva: eu fiz um Estados Unidos e Gana, em Natal. E eu estou aqui narrando o jogo, e me deu um estalo. Natal e Estados Unidos, Natal e Estados Unidos, tem alguma coisa nas aulas de história que me dizia que tinha algo entre Estados Unidos e Natal. Eu não me lembrava direito o que era, mas a ponta do iceberg, sabe?

**P:** Aquele comichão?

**EM:** Aquele fio, puxa esse novelo. Aí eu descobri que as duas maiores bases americanas fora dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial era em

Natal, Parnamirim e uma outra. Deixei essa informação em separado, jogo em Natal... Uma hora lá teve uma contusão, um jogador saiu de maca, e aproveitei a pausa para dizer que era curioso os Estados Unidos estarem jogando em Natal porque a cidade, durante o período da Segunda Guerra, a população de Natal saltou de 10 para 50 mil, por causa dos americanos. Eu contei, eu preparei a informação da história resumidamente, e contei. Terminou a transmissão, voltei aqui para recolher as minhas coisas, tinha um e-mail de um professor de história da UFRJ. “Obrigado porque você foi o único narrador que lembrou de contar a relação de Natal com os Estados Unidos durante o jogo, achei bacana, não sei o quê, estou assistindo com vocês daqui para frente.” Fui fazer um Coréia do Sul e Argélia, eu acho. Fiz dois ou três jogos da Coréia do Sul, agora não vou lembrar qual. Eu falei: “Cara, e as pronúncias desses jogadores aí?”. Aí eu achei um site onde jornalistas coreanos pronunciavam os nomes dos jogadores, dos 23. Eu fui lá, e falei: “Ok, um pouco diferente com relação ao que a gente olharia e falaria, mas eu vou tentar fazer certo, não vou pelo óbvio”. Aí, o que eu fiz para não me complicar? 12 dos 23 nomes da Coréia ou eram Park, ou eram Kim ou eram algum outro. Quando eram um desses três, eu falava o nome inteiro do cara. Só Park, tem três Park na seleção, só Kim, tem quatro Kim na seleção. Quando não era nenhum dos três, dava só o sobrenome do cara para não me complicar. Terminou o jogo tinha um *tweet* de uma menina que era fã de pop coreano, mas ela era filha de coreanos, dizendo “meu pai está te agradecendo porque você foi o primeiro narrador que não assassinou o idioma do nosso país. Obrigado por respeitar”. Essas coisas me dá satisfação. E no caso do futebol americano, a jogada dura três, quatro segundos, e depois vem 40 segundo de nada, até a próxima jogada. A transmissão americana preenche tudo com replay, com gráfico, com não sei o quê. Então preciso ter muita informação para preencher esses 40 segundos também. Porque senão a transmissão fica muito parada. Se você seguir só a bola... A transmissão dura três horas e meia. Tem 60 minutos de jogo. Desses 60 minutos, muito tempo é tempo morto, o cara pega a bola, sai correndo e para, até a próxima jogada, são 40 segundos de jogo que se queima, não acontece nada. De narração efetiva mesmo, de jogo, deve ter uns 15 minutos, 12, no máximo, de bola em jogo. Imagine: três horas e meia para preencher, 12 minutos efetivamente de bola rolando. Olha o *gap*. É por isso

que eu estudo tanto. Porque futebol, se der uma zebra, são 15 para as 5h, o narrador não chegou, o chefe chega para mim agora aqui e fala: “Evê, vai ter um Sociedad e Málaga aqui, e preciso que você faça”, eu pego as escalações, porque com isso eu me viro. Numa zebra, eu posso ficar com a bola, de pé para pé, sem perder o ritmo da transmissão. Se eu for avisado dias antes de fazer o jogo, vou pesquisar tudo isso aqui, cada jogador dos dois times, curiosidades, polêmicas de arbitragem. Tem muita informação que eu acabo não usando. Mas, assim, se me avisam com antecedência, eu me dedico. Um jogo de futebol não dura mais de quatro horas, o futebol americano me toma mais do que isso, porque são 45 de cada lado, tem muita estatística que precisa atualizar, tem muita história paralela, história de vida do cara, na transmissão do *Sunday Night*, eu contei do Thomas Davis, que colocou o dedo no lugar, na mesma jogada, e ainda fez um *tackle*. Numa outra partida, ele teve uma fratura exposta no dedo, tomou um ponto e continuou no jogo. Sabe, essas coisas acabam permeando. Eu estudo essas coisas porque agrega mais valor do que qualquer coisa que eu possa...

**P:** Desde quando você começa a fazer as transmissões do *Super Bowl* in loco?

**EM:** Não foi 2006 porque fiz daqui, em 2007 não tínhamos o direito, tínhamos em 2008, então foi em fevereiro de 2009, *Super Bowl* XLIII, entre Steelers e Cardinals. Do XLIII para cá, menos o XLV, que não tínhamos os direitos. Esse foi em Dallas, Paulo Antunes foi como repórter, a gente não transmitiu. Mas o restante fizemos, oito, no total.

**P:** Óbvio que há uma diferença, mas sendo bem claro, o que é melhor: você narrar lá ou narrar daqui?

**EM:** Eu acho que você estar em um estádio sempre ajuda, porque você pode ver coisas além da imagem da televisão. Tem coisas que aparecem, que não na transmissão, que você consegue ver, como substituição, o sentimento da torcida, consegue ver coisas ao longo da semana, você consegue entrevistar os caras, você consegue pescar as suas próprias informações, mais fontes. Mas se tiver que escolher entre estar aqui ou estar lá, óbvio que iria preferir estar lá.



**P:** Na boa, sendo bem sincero, você se acha um ícone do futebol americano aqui no Brasil?

**EM:** Não sei. É difícil. Dizer que eu sou qualquer coisa pode parecer que eu sou mais importante do que o esporte. As pessoas têm que assistir o futebol americano porque gostam do jogo, não de mim, do Rômulo, então assim, o meu papel, em qualquer esporte que eu estiver transmitindo, não importa se é o futebol americano, se é o ciclismo, se é o beisebol, se é judô, é tentar fazer aquela transmissão do melhor jeito possível, que eu consiga, aí estou falando dos esportes desconhecidos, minha missão tem duas partes: o cara que é leigo, não é fanático por nenhum dos esportes, ele tem que assistir e entender. Porque se ele não entender nada, ele desiste e não volta mais. Ele tem que entender pelo menos um pouquinho, para que me dê uma segunda chance na semana que vem, uma terceira na outra e cada semana ele volte um pouquinho, e aprenda um pouquinho de cada vez, entendendo, e no final da temporada ele entender completamente. A segunda parte é eu falar pro “tarado”, o cara que não se interessa por nenhum outro esporte, que aquele cara olhe para mim e diga assim: “pô, esse cara tá fazendo mais do que o feijão com arroz. Esse cara pesquisou, esse cara se informou, ele se aprofundou, eu vi que ele está bem preparado, respeitou o meu esporte”. Essa é a minha missão: explicar para quem não entende, e atender também o cara que é “tarado” por aquilo. Esse equilíbrio é o que eu busco.

## 6.2- Anexo

NFL - PATRIOTS x JETS

25/10/2015

Page	Story Slug	Segment	Source	Details	Back
A1	VHTA NFL	SOM VT			5:59:09 PM
A2	1º TEMPO				5:59:09 PM
A3	MINIMOVIE IFOOD				5:59:09 PM
A4	MINIMOVIE MITSUBISHI				5:59:10 PM
A5	IL NFLCOBREBREAKGENERICO3 021015				5:59:10 PM
A6	IL NFLCOBREBREAKGENERICO4 021015				5:59:10 PM
B0	BREAK 1				5:59:10 PM
B1	VHTA NFL	SOM VT			5:59:10 PM
B2	IL NFLPATRIOTXSJETS 251015				5:59:40 PM
B3	TELA ESTATISTICAS	OFF BG VIVO			5:59:42 PM
B4	TELA QBS				5:59:52 PM
B5	TELA GC TRANSMISSÕES SEMANA 7	TELA GC			5:59:53 PM
B6	IL NFLPREVIACHARGERSX RAIDERS 211015	OFF BG VIVO			5:59:58 PM
B7	IL NFLPREVIAGIANTSXCOWBOYS 211015	OFF BG VIVO			5:59:58 PM
B8	IL NFLPREVIAPANTHERSXEAGLES 211015	OFF BG VIVO			5:59:58 PM
B9	IL NFLPREVIACARDINALSXRAVENS 211015	OFF BG VIVO			5:59:59 PM
B10	TELA GC RESULTADOS	OFF BG VIVO			5:59:59 PM
C0	BREAK 2				5:59:59 PM
C1	2º TEMPO				5:59:59 PM
C2	MINIMOVIE BUDWEISER				5:59:59 PM
C3	MINIMOVIE MITSUBISHI				6:00:00 PM
C4	IL NFLCOBREBREAKGENERICO5 021015				6:00:00 PM
C5	IL NFLCOBREBREAKGENERICO6 021015				6:00:00 PM
C6	ADEUS	OFF BG VIVO			6:00:00 PM
Z1	IL NFLJAGUARSXBILLS 251015				

NFL - PATRIOTS x JETS

25/10/2015

Page	Story Slug	Segment	Source	Details	Back
Z2	IL NFLPATRIOTXSJETSRD 251015				

## 7- Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal, **Routines produtivas do jornalismo em Brasília - observações sobre o processo de produção da notícia na área política e econômica de três jornais na capital federal: O Globo, Folha de S.Paulo e Correio Braziliense**. In: PORTO, Sérgio, **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997, pp. 449-468.

ANGROSINO, Michael, **Etnografia e observação participante**. São Paulo: Artmed, 2009.

CAPRARO, André Mendes, **Mário Filho e a “Invenção” do Jornalismo Esportivo Profissional**. In: **Revista Movimento**, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011, PP. 213-224.

COELHO, Paulo Vinícius, **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

FORTUNATO, John A., **NFL agenda-setting: The NFL Programming Schedule: A study of agenda-setting**. In: **Journal of Sports Media, Volume 3, Number 1**. Nebraska, USA: University of Nebraska press, 2008, pp. 27-49.

LAGO, Cláudia, & BENETTI, Marcia, **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo, 2ª edição**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MAGNANI, José Guilherme Cantor, **Etnografia como prática e experiência**. In: ECKERT, Cornelia, & DA ROCHA, Ana Luiza Carvalho, & VÍCTORA, Ceres Gomes, **Horizontes antropológicos: Etnografias**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009, pp. 129-156.

SOUSA, Li-Chang Shuen Cristina Silva, **Cobertura esportiva na televisão: critérios de noticiabilidade na interface entre Jornalismo e Entretenimento**. Pernambuco: Universidade Federal de Pernambuco, 2005.

TRAQUINA, Nelson, **Teorias do Jornalismo Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. São Paulo: Insular, 2013.

TRAVANCAS, Isabel, **A experiência etnográfica no campo da comunicação**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

VÁZQUEZ, Salvador de León, **La construcción del acontecer: Análisis de las prácticas periodísticas**. Ciudad Victoria, Mexico: Departamento Editorial de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, 2003.

VIZEU, Alfredo, **O newsmaking e o trabalho de campo**. In: LAGO, Cláudia, & BENETTI, Marcia, **Metodologia de pesquisa em jornalismo, 2ª edição**. Petrópolis: Vozes, 2008, pp. 223-236.

WOLF, Mauro, **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.